

MERCADO DE FRUTAS NA CHINA

Estudo setorial de mercados prioritários para exportação

ÁSIA

APEX-BRASIL

Roberto Jaguaribe Gomes de Mattos
PRESIDENTE

Márcia Nejaim Galvão de Almeida
DIRETORA DE NEGÓCIOS

Sueme Mori Andrade
GERENTE DE ESTRATÉGIA DE MERCADO

SEDE:

Setor Bancário Norte, Quadra 02, Lote 11,
CEP 70.040-020 - Brasília - DF
Tel.: 55 (61) 3426-0202 / Fax: 55 (61) 3426-0263
www.apexbrasil.com.br
E-mail: apexbrasil@apexbrasil.com.br

© 2017 Apex-Brasil
© Euromonitor International

Index

SUMÁRIO EXECUTIVO.....	4
CONTEXTO DA CHINA.....	7
DADOS GEOGRÁFICOS E DEMOGRÁFICOS.....	8
DADOS MACROECONÔMICOS.....	10
INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA.....	12
FLUXO COMERCIAL DO SETOR DE FRUTAS.....	14
VISÃO GERAL.....	15
IMPORTAÇÃO.....	16
PRODUÇÃO INTERNA.....	17
EXPORTAÇÃO.....	18
PRINCIPAIS ALIANÇAS.....	19
MERCADO DE FRUTAS.....	20
CONSUMO HISTÓRICO.....	21
ANÁLISE DE DEMANDA FUTURA.....	22
PRINCIPAIS IMPULSIONADORES DE DESEMPENHO.....	23
CATEGORIAS.....	24
CONCORRÊNCIA.....	31
DISTRIBUIÇÃO.....	36
PRECIFICAÇÃO.....	42
ANÁLISE DE OPORTUNIDADES.....	43
NORMAS E REGULAÇÃO.....	49
VISÃO GERAL.....	50
ANEXO.....	53
INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE A CHINA.....	54
METODOLOGIAS E DEFINIÇÕES.....	61
SOBRE A APEX-BRASIL.....	67
SOBRE A EUROMONITOR.....	68

Mais consciente em relação à saúde, classe média chinesa procura frutas de alta qualidade

Apesar da desaceleração na economia, a China ainda demonstra um forte crescimento, com uma expansão do PIB de 6,9% em 2015. Com o aumento da renda disponível e o crescente interesse por uma melhor qualidade de vida, o consumo de frutas pelas famílias mantém um crescimento contínuo.

O consumo de Frutas Frescas registrou um crescimento estável de 3% e totalizou um volume de 176 milhões de toneladas em 2015. Já as Frutas em Conserva e as Frutas Secas cresceram em um ritmo ligeiramente mais acelerado, totalizando 500 e 184 toneladas, respectivamente. Em termos de valor de vendas no varejo, as Frutas Frescas somaram US\$ 166 bilhões, as Frutas em Conserva, US\$ 1,19 bilhão, e as Frutas Secas, US\$ 1,70 bilhão. Em 2016, o gasto total do consumidor deverá se ampliar 7,2% em termos reais, abrindo um espaço extra que é sustentável para a ampliação do mercado de frutas.

Os consumidores de classe média, que estão mais conscientes em relação à saúde, são a principal força motriz do crescimento do consumo de frutas e de outros produtos associados à vida saudável. Um número crescente de consumidores, nas cidades de alto e de baixo padrão, estão elevando o nível de suas compras para alimentos e bebidas embalados que promovem a saúde e bem-estar, com alguns elevando para produtos *premium*, como arroz e leite orgânicos.

Outro aspecto que afeta o consumo de frutas é a população idosa da China, pois este é um segmento demográfico que aumenta significativamente seus gastos em itens e produtos relacionados com a saúde. Em 2000, havia 136 milhões de idosos (com 60 anos ou mais), mas até 2014 este número subiu para quase 245 milhões e deverá crescer para 306 milhões até 2020.

No período projetado de 2016-2019, a preferência chinesa por Frutas Frescas deverá permanecer importante em comparação com Frutas Secas e Frutas em Conserva. Entretanto, há diferenças regionais no interior do país: os consumidores do Norte da China são mais suscetíveis a aceitar as Frutas em Conserva que os do Sul da China, devido à disponibilidade dos produtos, mas também em função de questões de logística que afetam a distribuição de Frutas Frescas (cuja durabilidade nas prateleiras é menor).

Outros fatores que contribuem para o crescimento futuro das frutas na China são os melhoramentos tecnológicos no cultivo de frutas, um aumento nos volumes de frutas importadas e investimentos em instalações de armazenagem com o objetivo de reduzir o impacto dos fatores sazonais nas frutas nacionais, permitindo um fornecimento mais estável de diversos tipos de frutas ao longo do ano todo.

As empresas brasileiras podem aproveitar esse contexto favorável, especialmente no que se refere aos limões taiti e siciliano, que contam com uma forte demanda na indústria local, mas também para o consumo doméstico e os serviços de alimentação. Frutas cítricas em conserva poderiam ganhar espaço conectando-se com a demanda dos consumidores do Norte da China. Para os melões e as melancias, o consumo chinês é alto, mas a concorrência a ser enfrentada, dos produtores nacionais e das importações originárias da Ásia, é forte.

Oportunidades existem pois a produção interna não supre a demanda

1

Visão geral do país

O consumo privado continua a ser um importante impulsionador da economia, apesar do baixo crescimento em comparação com anos anteriores. O crescimento da renda disponível criou uma geração de consumidores de classe média mais atentos à saúde e que estão dispostos a gastar mais por Frutas Frescas de alta qualidade e com um maior valor nutricional, especialmente produtos importados.

2

Fluxo comercial

A produção nacional não supre a demanda chinesa. A Tailândia é o maior exportador de frutas para a China, sendo que 50% dessas exportações é de limões taiti e siciliano. Embora a China produza limão siciliano, a produção nacional não tem sido suficiente para atender o atual nível de demanda. As cerejas e os figos do Chile, juntamente com outras frutas *premium* fazem do país sul-americano o segundo mais importante fornecedor de frutas da China.

3

Tamanho do mercado e tendências

Ainda há espaço para crescer no setor de frutas, pois a expectativa é de que o mercado apresente uma forte demanda interna. As frutas deverão crescer a uma média anual de 2% no período de 2016-2019 e atingir o volume de 192 milhões de toneladas até 2019. O rápido crescimento do varejo pela internet também reforçará as vendas de frutas, particularmente as importadas, no período projetado. A praticidade é o principal fator impulsionador.

4

Normas e Regulamentos

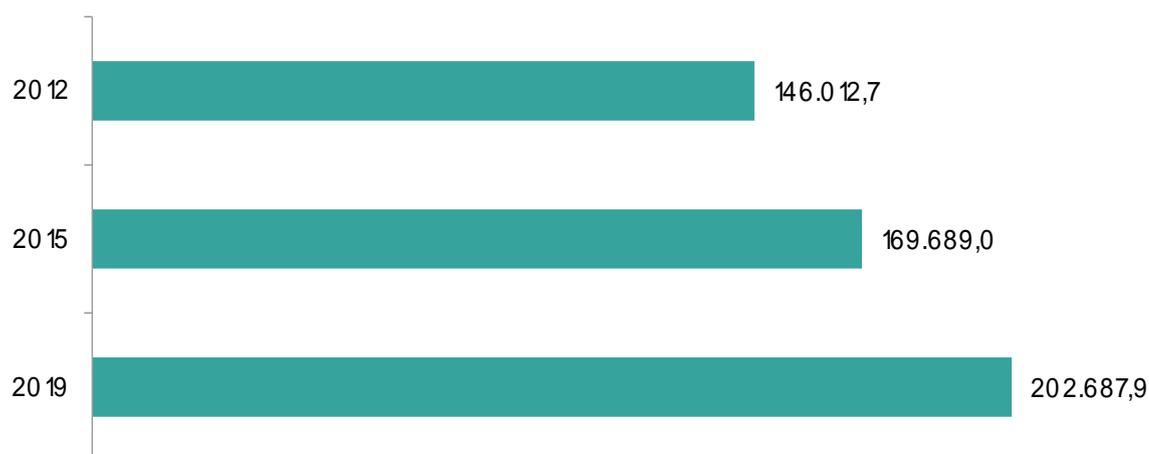
Os exportadores brasileiros ainda têm que obter permissões para exportar todas as frutas para a China e não podem contar com os benefícios dos acordos de livre comércio. A Administração Geral para a Supervisão da Qualidade, Inspeção e Quarentenas da China (AQSIQ) publica regularmente listas das frutas frescas permitidas e suas regiões ou países exportadores. Este é um longo processo que geralmente leva meses, quando não anos.

SUMÁRIO EXECUTIVO

Demanda por frutas deve crescer até 2019 a um ritmo estável e comparável ao que se observou entre 2012 e 2015

Gráfico I: Histórico & Projeção de venda de Frutas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

Principais tendências

- As frutas apresentaram um crescimento em volume constante de 3% em 2015, sendo que só as cerejas cresceram 23%. A renda disponível em alta favorece as frutas *premium*.
- O contínuo envelhecimento da população contribui para o aumento do consumo de comidas saudáveis.

Principais motivadores de compras para os usuários finais

- O crescimento da renda disponível ajudou a impulsionar o consumo de Frutas Frescas.
- Partindo de uma base pequena, o crescimento do varejo pela internet estimulou o mercado de frutas importadas no país.
- Aprimoramento das tecnologias agrícolas melhorou a disponibilidade de diferentes frutas, independente da estação.



CONTEXTO DA CHINA

Redução nas taxas de nascimento desacelera o crescimento populacional na China

Ocupando toda a extensão de 5 mil quilômetros desde o mar do Japão e o mar da China Oriental no leste até a fronteira afegã no oeste, a China tem uma das mais longas fronteiras internacionais do mundo. Ao norte e noroeste, faz fronteira com Mongólia, Rússia, Tajiquistão, Quirguistão e Cazaquistão. A oeste faz limite com o Afeganistão e o Paquistão, enquanto Índia, Nepal, Butão, Mianmar, Laos e Vietnã ficam ao sul.

Em 2015, a população da China foi de quase 1,4 bilhão de habitantes – um aumento de 110 milhões desde 2000. A população, no entanto, cresce num ritmo mais lento. A China abandonou a Política do Filho Único em 2015. Estima-se que essa política tenha evitado cerca de 400 milhões de nascimentos desde que começou, em 1979. Agora, permite-se a todos os casais ter dois filhos.

A China está envelhecendo em ritmo acelerado. Em 2015, a média de idade era de 37,5 anos – 7,2 anos mais do que o mesmo índice em 2000 – e será de 42,0 anos até 2030 (bem acima da média regional). Em 2015, o número de pessoas com mais de 65 anos totalizou 133 milhões. Este número representou 9,7% da população total. Para 2030, a projeção é de que 17,0% de todos os chineses (quase 247 milhões) terá mais de 65 anos.

Geografia



Demografia



Fonte: Euromonitor

População Total: 1.367,8 milhões

Grande parte da população concentra-se em duas regiões, próximas dos principais portos de importação

Quase 60% da população total chinesa encontra-se na Região Centro-Sul e na China Oriental

A China está dividida em 31 províncias, que são agrupadas sob seis grandes regiões, conhecidas como regiões tradicionais (China Oriental, Região Nordeste, Região Norte, Região Centro-Sul, Região Noroeste e Região Sudoeste).

A China Oriental é uma das menores regiões em área territorial, com 795 mil km², mas concentra mais de 400 milhões de pessoas, ou quase 30% da população total chinesa. Nessa região estão localizadas sete das 31 províncias, inclusive Shandong e Shanghai, onde estão parte significativa dos consumidores de alimentos importados. Isso se deve não só ao grande número de habitantes, mas também à sua proximidade dos grandes portos marítimos de Shanghai, Ningbo-Zhoushan (província de Zhejiang) e Qingdao (província de Shandong).

A Região Centro-Sul, é a segunda maior em termos populacionais (~385 milhões), reúne seis províncias, onde estão as regiões autônomas de Hong Kong e Macau. A região também é de extrema relevância para o consumo de importados, pelas mesmas razões: grande população e grandes portos como Shenzhen (Hong Kong) e Guangzhou (província de Guangdong).

Ambas regiões destacam-se pela importância da população urbana e pelas médias anuais de crescimento populacional registradas entre 2005 e 2015. Somente a Região Norte, onde está a capital Pequim, teve nesse período um crescimento médio populacional mais elevado (1,3%) que a China Oriental (0,7%) e a Região Centro-Sul (0,7%).

Região	População (em mi e %)	Crescimento anual (2005-2015)	População urbana (em mi e %)
China Oriental	403,26 (29,4%)	0,7%	245,53 (31,6%)
Região Nordeste	109,47 (8,0%)	0,2%	67,15 (8,6%)
Região Norte	173,18 (12,6%)	1,3%	104,98 (13,5%)
Região Centro-Sul	386,71 (28,2%)	0,7%	214,34 (27,6%)
Região Noroeste	100,09 (7,3%)	0,6%	51,10 (6,6%)
Região Sudoeste	198,17 (14,5%)	0,2%	93,79 (12,1%)

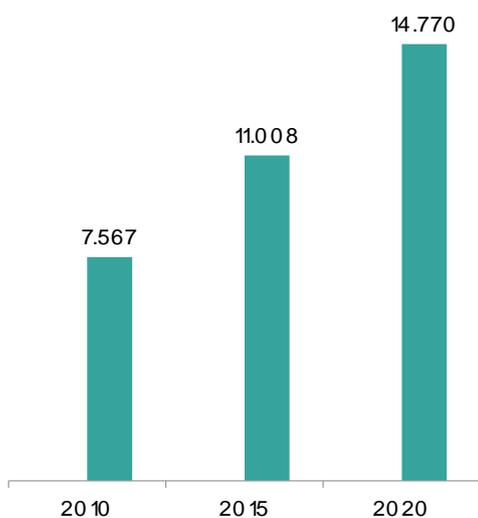
Fonte: 2016 China Statistical Yearbook

Consumo privado emerge como importante impulsionador do crescimento em uma economia lenta de um modo geral

Transição de uma economia baseada na manufatura para uma economia baseada no consumo

- Os investimentos totalizaram mais de US\$ 125 bilhões em 2015. Quase dois terços disso foram para o setor de serviços. Essa tendência deverá continuar, uma vez que o objetivo de Pequim é transformar a China em uma sociedade impulsionada pelo consumo. O mais preocupante, contudo, é o fato de que o investimento privado em novas fábricas e equipamentos está diminuindo. Com essa queda, Pequim está se recorrendo às empresas estatais para aumentar os investimentos em estradas, ferrovias, sistemas de esgoto e outras infraestruturas.
- Os preços subiram 1,4% em 2015. As taxas de juros foram cortadas, mas a moeda permanece sob forte pressão, devido às grandes saídas de capital e preocupações com a saúde da economia. As saídas de divisas caíram para seu nível mais baixo desde 2012.
- A médio prazo, a economia da China continuará a desacelerar. As taxas de crescimento do PIB real cairão para menos de 6,0% ao ano até 2020. O desafio imediato de Pequim é negociar a transição de uma economia dirigida pelo investimento e pela exportação para uma economia impulsionada pela demanda dos consumidores.

Figura 1: PIB (US\$ Bi, 2015 fixo)



Fonte: Euromonitor

Figura 2: PIB *per capita*

2015
US\$
8.048



2020
US\$
10.507



Figura 3: Inflação 2015

1,4%
Inflação

* O ano de 2020 refere-se a projeções

Agricultura não é um setor importante em termos de emprego

Agricultura continua a contribuir pouco com o PIB

Após quase três décadas de crescimento ininterrupto, o mundo se acostumou com a China servindo como um de seus principais motores para o crescimento. No entanto, a economia esfriou nos últimos anos. O crescimento do PIB desacelerou em 15 dos últimos 20 trimestres. O governo está em meio a uma transição muito difícil de um modelo de crescimento baseado na construção e na indústria pesada para um modelo que depende mais de consumo e serviços. Outro desafio é tratar da deterioração da distribuição de renda. A divisão é mais nítida quando se comparam os lares rurais e os urbanos.

Menos de 1,6% da mão de obra está empregada na agricultura

No setor da agricultura, o arroz é a principal lavoura alimentar, mas as lavouras de chá, açúcar e fibras são também importantes como fontes de renda. A China é também o maior produtor e consumidor mundial de algodão. Espera-se que a produção agrícola aumente durante esta década, mas a emergente escassez de água pode revelar-se um sério obstáculo. No âmbito nacional, o setor agrícola consome cerca de 70% das águas da superfície da China, mas mais de um quinto dos recursos hídricos são inadequados até mesmo para a agricultura. O setor emprega 1,6% da mão-de-obra. De acordo com a análise da FAOSTAT e da Euromonitor, a extensão das terras agrícolas da China é de 5,1 milhões de quilômetros quadrados, dos quais 76,3% são destinados a pastagens. A terra arável, desde 2015, representava 1,0 milhão de quilômetros quadrados, ou 20,4% da terra. As terras de cultivo permanente foram responsáveis pelos restantes 3,2%.

Serviços já representam quase 50% do PIB

Os serviços representam 49,6% do PIB. Saúde, educação, entretenimento e cultura, ciência e pesquisa, serviços empresariais e serviços públicos são alguns dos segmentos de mais rápido crescimento neste setor. No setor bancário, o valor dos empréstimos aumentou para cerca de 140% do PIB e é ainda maior quando se considera o papel dos bancos paralelos. Muitos bancos usam esquemas complexos para disfarçar empréstimos de risco, o que significa que a medida tradicional das taxas de empréstimos vencidos é inútil. O valor real das receitas turísticas aumentou 2,6% em 2015 e esperam-se ganhos de 9,1% para 2016. O crescimento real dos serviços superou 8% desde 2012.

Manufatura perde espaço

A manufatura representa 27,4% do PIB e está diminuindo. Ela também emprega 28,9% da mão-de-obra. A penetração do carro ainda é modesta, mas a China é o maior mercado do mundo de carros novos. Uma queda na demanda interna de aço levou muitas siderúrgicas a despejar aço barato em outros mercados. Em resposta a isso, os EUA aumentaram sua tarifa alfandegária para o aço chinês em 522% em 2016. Os cortes planejados de Pequim reduzirão a capacidade anual do aço para cerca de 1,1 bilhão de toneladas até 2020, mas muitas empresas estatais e públicas ainda resistem à demanda de Pequim por reduções da capacidade de produção. Grande excesso de capacidade também existe em outras partes do setor manufatureiro, o que significa que muitas empresas não são lucrativas.

Plano estratégico pretende fortalecer intensamente a capacidade logística

De acordo com fontes, as frutas importadas são consumidas geralmente nas regiões litorâneas mais desenvolvidas da China. As importações geralmente chegam aos portos de Cantão e Shanghai, onde a demanda regional é relevante e onde as instalações da cadeia de frio estão mais facilmente disponíveis.

Transporte terrestre

Em 2015, a rede de rodovias foi de 123.500 km de extensão e a de estradas é de 4.577.300 km de extensão. A rede ferroviária abrange 121 mil km, com 19 mil km para trens de alta velocidade.

Em 2015, houve um grande investimento em infraestrutura, principalmente em estradas e ferrovias, que ainda eram pouco desenvolvidas no país. Por exemplo, os investimentos de capital da China no transporte rodoviário cresceram em 17% e chegaram a RMB 2,9 trilhões durante o ano. Isso afetou principalmente as categorias de manuseio e estocagem de carga e armazéns, que cresceram 18% e 14%, respectivamente.

A indústria do frete e de armazenagem beneficiou-se fortemente da Iniciativa Road and Belt, liderada pelo governo, que projeta os ambiciosos planos da China para promover o comércio internacional e viajar pelas antigas rotas da Estrada da Seda. O programa está concentrado principalmente em investimentos em projetos de infraestrutura no sul, centro e sudeste da Ásia. Os projetos incluem a construção de ferrovias, portos, rodovias, oleodutos e instalações de produção nessas regiões. A cidade de Chengdu, localizada na intersecção estratégica da rodovia expressa conectada à Europa e do cinturão econômico do rio Yangtze está pronta para se tornar o centro logístico da China.

O volume de transporte de carga ferroviário na China diminuiu em 12% para 3,36 bilhões de toneladas em 2015, um ritmo significativamente mais intenso comparado com a redução de 4% observada em 2014. A queda em 2015 se baseou na desaceleração do crescimento econômico da China, que foi o mais baixo em 25 anos devido à fraqueza da demanda e investimentos e ao excesso de capacidade no setor industrial. Como a indicação disso, o crescimento do investimento em capital fixo urbano da China desacelerou para 10% em 2015, comparado com 16% em 2014.

Além disso, os preços mais baixos dos combustíveis reduziram os custos do transporte rodoviário, levando a uma mudança do transporte ferroviário para a alternativa rodoviária. De acordo com a Shanghai Shipping Exchange, os 20 maiores portos de contêineres do país manipularam pouco mais de 181 milhões de unidades equivalentes a 20 pés em 2015, representando um crescimento de 3,7% em relação a 2014.

Transporte hidroviário cresceu em 2015 mesmo com recuo nas exportações e importações

Transporte aéreo

Em termos de transporte aéreo, havia 210 aeroportos civis operando no final de 2015. O manuseio de carga por via aérea não é tão relevante quanto por rodovias, ferrovias e vias navegáveis. No início de 2016, uma nova área de livre comércio foi oficialmente aberta no Aeroporto Internacional de Cantão, permitindo que o porto receba carregamento de frutas de mais de 40 países. De acordo com artigo publicado pelo *Guangzhou Daily News*, o projeto foi executado em parceria com o Mercado Atacadista Jiangnan de Cantão, com o objetivo de gerar mais rapidez no despacho de produtos importados.

Transporte hidroviário

A extensão das hidrovias chinesas é de 7.675 km. Em termos de portos e terminais, há 31.259 portos em todo o país, entre os quais 5.899 são portos costeiros e 23.360 estão em hidrovias internas. De acordo com dados de 2014 da Associação Americana de Autoridades Portuárias, dos 30 principais portos de contêineres mais movimentados do mundo, 11 estão em território chinês.

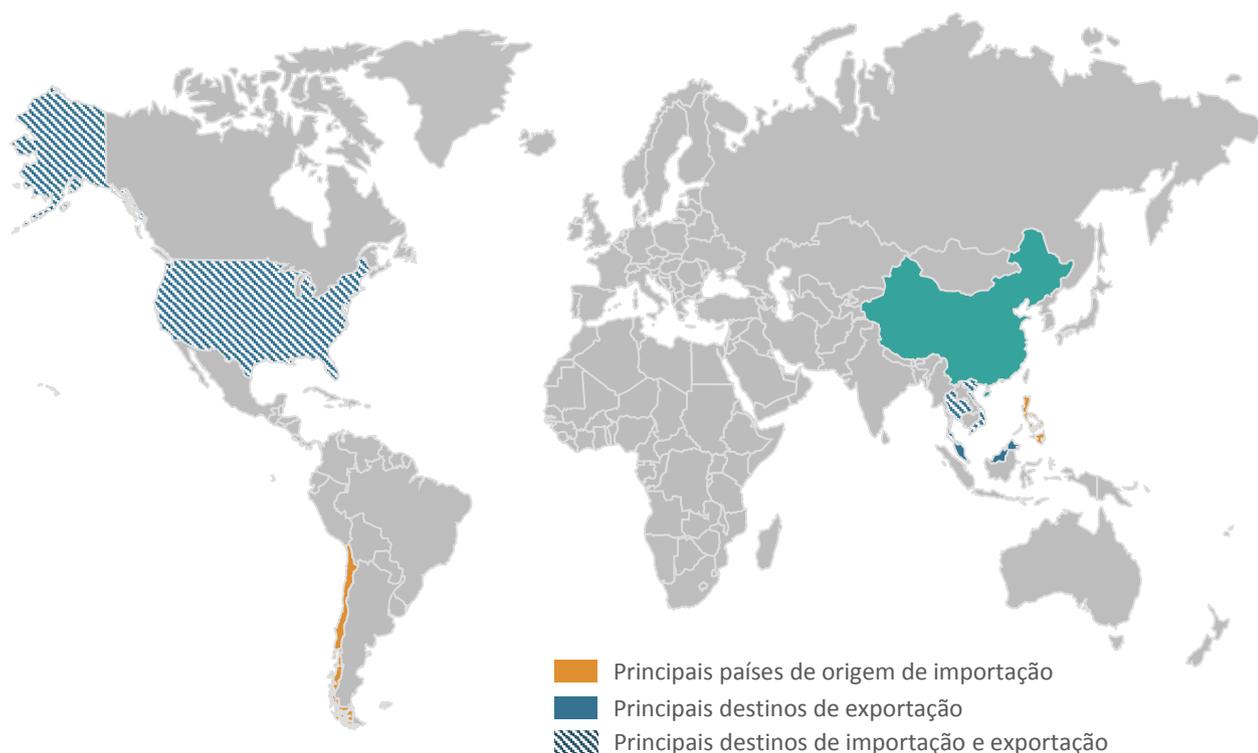
O transporte hidroviário é o mais relevante para o frete na China. O volume de transporte hidroviário no país aumentou 2,5% em 2015 e totalizou 6,1 bilhões de toneladas, enquanto o trânsito de passageiros hidroviário alcançou 270 milhões em 2015, após um aumento de 2,8% em relação a 2014. Houve um maior volume no frete mesmo com uma queda de 1,8% nas exportações chinesas em 2015, ano em que também as importações despencaram 13%. O aumento do transporte hidroviário foi resultado em grande parte de um aumento de 2,2% no volume das importações de minério de ferro e um aumento de 20% no volume exportado de aço laminado. Além disso, as importações de petróleo da China aumentaram em 9% em 2015, estabelecendo um nível recorde de 335 milhões de toneladas.



FLUXO COMERCIAL DO SETOR DE FRUTAS

Diversos parceiros comerciais são importantes tanto para as exportações como para as importações

FLUXO COMERCIAL CHINÊS DO SETOR DE FRUTAS*



Importação chinesa do setor de Frutas – 2015 – US\$ 5,24 bi

Tailândia	20,90%
Chile	18,61%
Vietnã	16,45%
Filipinas	10,90%
EUA	7,28%

Exportação chinesa do setor de Frutas – 2015 US\$ 5,16 bi

Tailândia	21,52%
Vietnã	16,86%
Hong Kong	7,44%
EUA	7,37%
Malásia	7,06%

Fonte: Comtrade

* Banana, figo, abacaxi, abacate, goiaba, manga, mangostões, tâmara, laranja, tangerina, mandarina, clementina, toranja, pomelo, limão, lima, uva, melancia, melão, mamão, maçã, pera, damasco, cereja, pêssego, nectarina, ameixa, morango, framboesa, amora, kiwi, caqui, mirtilo, airela.

Tailândia é o principal parceiro comercial com especial ênfase nas importações de limões

Total de frutas importadas em 2015 somou US\$ 5,24 bilhões em termos de valor.

As frutas do Brasil representaram apenas 0,5% do total importado pela China em 2015. Em valor, isso significou US\$ 25 milhões em frutas. Das exportações brasileiras, 99,9% concentram-se no código HS 2008.30, frutas cítricas em conserva. O Brasil também exportou outras frutas secas (código HS 0813.40) e cerejas em conserva (código HS 2008.60).

Principais produtos

- Outras frutas frescas sob o capítulo 0810 (sob o código SH 0810.90) são as principais frutas importadas pela China, com 20,9% do valor comercializado em 2015.
- Plátanos e bananas frescas ou secas (sob o código SH 0803.90) representaram 14,7% de todo o valor importado.
- Outras cerejas frescas (sob o código SH 0809.29) respondem por 12,8% do valor importado, impulsionados pelo comércio com o Chile e os EUA.
- Uvas Frescas (sob o código SH 0806.10) representaram 11,2% do valor das importações em 2015.
- As importações de duriões frescos (sob o código SH 0810.60) somaram 10,8% das importações em 2015 e, entre as cinco principais frutas de importação, registraram o maior crescimento médio anual desde 2005, uma taxa de 28,1%.

Principais países de origem

- China importou o maior valor em frutas da Tailândia, o correspondente a 20,9% do total de importações do setor em 2015. As importações da Tailândia cresceram a uma média anual de 19,9% desde 2005, sendo 50% do total comercializado referentes a duriões frescos (sob o código SH 0810.60).
- Na segunda posição, o Chile responde por 18,6% das frutas importadas pela China. Outras cerejas frescas (sob o código SH 0809.29) foram a principal fruta com 54,5% das importações oriundas do país sul-americano.
- O Vietnã vem logo em seguida, com 16,4% do total de frutas importadas pela China. O país do Sudeste Asiático substituiu a Tailândia no fornecimento de outras frutas frescas sob o capítulo 0810 (sob o código SH 0810.90) para o mercado chinês, uma vez que cresceu em volumes de vendas a uma impressionante taxa média anual de 40,6%, desde 2005.
- Do total de frutas importadas pela China em 2015, 10,9% foram provenientes das Filipinas, sendo 86,1% deste montante referentes ao comércio de bananas. As variedades Lakatan, Latundan, Señorita, Saba e Lagkitan estão entre as mais populares entre as cultivares filipinas.
- Dos Estados Unidos vieram 7,3% do total de frutas importadas pela China. Os EUA continuam a ser um forte parceiro comercial devido às importações de outras cerejas frescas (sob o código SH 0809.29), uvas frescas (0806.10) e maçãs frescas (0808.10).

Produção nacional de frutas teve crescimento médio anual de 4,2% em volume entre 2010 e 2014

- De acordo com o Escritório Nacional de Estatísticas da China, em 2014, a produção doméstica de frutas da China foi de 261,4 milhões de toneladas, com um crescimento médio anual de 5,1% entre 2010 e 2014.
- Melões, melancias e maçãs constituem as principais safras de frutas na China, registrando resultados de 93 milhões, 73 milhões e 41 milhões de toneladas em 2014, respectivamente.
- Outras frutas de importância comercial são as frutas cítricas (35 milhões de toneladas), peras (18 milhões de toneladas), melões cantaloupe (14,2 milhões de toneladas) e uvas (12,3 milhões de toneladas).
- A área total de pomares na China em 2014 teve um leve crescimento, chegando a 12,4 milhões de hectares. As áreas de pomares de bananas, peras e maçãs permaneceram quase inalteradas em comparação com 2013. Já as áreas cultivadas com uvas tiveram um crescimento anual de 7,3%.
- Em 2014, a produtividade das melancias por unidade de área, na China, cresceu para 40,4 toneladas por hectare, correspondente a uma taxa anual de 1,3%. A produtividade dos morangos por unidade de área foi de 27,5 toneladas por hectare, 0,7% maior do que o ano anterior. Porém, a produtividade dos melões cantaloupe teve uma pequena baixa de 0,8%.

Quais são os cinco principais compradores/usuários finais do setor de frutas?

Distribuidores

Exportadores

Empresas de processamento de frutas

Serviços de alimentação

Varejistas

Quais são os cinco principais setores industriais que fornecem para o setor de frutas?

Sementes

Agrotóxicos (por exemplo, fungicidas e herbicidas)

Embalagem para transporte e varejo

Transporte e logística

Financiamento

Tailândia é o mais importante destino de exportação de frutas da China

O total de exportações de frutas da China em 2015 foi US\$ 5,16 bilhões.

A Tailândia foi o destino de mais de um quinto das exportações chinesas de frutas em 2015. Destacam-se as frutas cítricas, maçãs e uvas, que juntas contabilizaram cerca de 80% do valor das exportações de frutas chinesas para o país do Sudeste Asiático.

Principais produtos

- As maçãs frescas (sob o código SH 0808.10) são a principal fruta exportada pela China, com 20% do total em 2015, sendo a maioria exportada para Tailândia e Vietnã.
- Tangerinas e mandarinas (sob o código SH 0805.20) responderam por 19% das exportações chinesas de frutas no período de 2011-2015. As exportações para a Tailândia cresceram anualmente 100% em valor desde 2005.
- As uvas frescas (sob o código SH 0806.10) responderam por 15% das exportações em 2015, com a Tailândia respondendo por 30% do total do valor exportado.
- As peras frescas (sob o código SH 0808.30) representaram 8,6% do total de exportações de frutas chinesas em 2015, sendo a Indonésia o seu principal destino.
- Os frutos cítricos em conserva (sob o código SH 2008.30) foram a quinta principal fruta de exportação, com uma participação de 6,4% do total de exportações de frutas da China. Os Estados Unidos e o Japão foram os destinos mais importantes.

Principais países de destino

- Em 2015, 21,5% do valor total de frutas exportadas pela China chegou ao mercado tailandês.
- Do total exportado para a Tailândia em 2015, 42,5% do valor referiu-se ao código SH 0806.10 (uvas frescas). Em seguida, com 22,6%, vêm as exportações de tangerinas e mandarinas (SH 0805.20) e em terceiro lugar, com 15,1%, as maçãs frescas (SH 0808.10).
- O Vietnã foi o destino de 16,9% de todas as exportações de frutas, com uvas e maçãs como as principais variedades de frutas.
- As frutas exportadas para Hong Kong representaram 7,4% do total, sendo os principais produtos as peras, maçãs e uvas frescas.
- Quase a mesma porcentagem foi exportada para os EUA, seguida de perto pelo comércio com a Malásia (7,1%). Os frutos cítricos em conserva e os pêssegos foram as principais frutas exportadas para os EUA; já para a Malásia, foram as tangerinas e peras.

China tem alianças fortes com países vizinhos ao Brasil

Chile e Peru são dois mercados sul-americanos que gozam de benefícios de acordos comerciais com a China.

Em 2015, ambos países exportaram US\$ 1,2 bilhão em frutas para a China.

Quando um país assina um acordo de livre comércio (ALC) com a China, passa a contar com uma tarifa convencional. Em 2016, a China assinou ALCs com 24 países em diferentes regiões do planeta. O Brasil ainda precisa entrar na lista dos ALCs da China para que seus produtos estejam submetidos aos mesmos níveis de taxas que outros.

Membros da ASEAN

- A ASEAN – Associação de Nações do Sudeste Asiático foi instituída em 1967 e é composta por 12 membros, sendo dois sob a categoria de membros observadores (Papua Nova Guiné e Timor Leste). Entre os principais parceiros comerciais chineses dentro do grupo, destacam-se a Tailândia e o Vietnã.
- Todos os membros da ASEAN são favorecidos por comércio sem taxaço. Em 2014, 22 categorias de frutas de Taiwan também puderam contar com tarifa zero no mercado chinês.

Cooperação Subregional do Grande Mekong

- A Cooperação Econômica Subregional do Grande Mekong foi projetada para ampliar as relações econômicas entre Tailândia, Camboja, Laos, Myanmar, Vietnã e China (especificamente a província de Yunnan e Guangxi) e reduziu o tempo de logística de Bangkok a Kunming pela metade, que passou a ser cerca de 50 horas.
- As exportações de frutas da Tailândia para a China cresceram muito rapidamente desde o início da operação de uma autoestrada ligando os dois países, em 2008.
- Cidades do interior como Kunming e Chengdu contam com a Tailândia e os países circundantes da ASEAN para viabilizar as suas importações de Frutas Frescas.

Acordo com mercados latino-americanos

- Chile, Peru e Costa Rica são três países latino-americanos que estabeleceram acordos para baixar as taxas em virtude de ALCs nos últimos anos.
- Chile é um parceiro importante da China no comércio de frutas, que atingiu quase US\$ 1 bilhão em 2015. ChileGAP, um programa de certificação de boas práticas agrícolas (Good Agricultural Practices, GAP) acreditado na Global GAP, é reconhecido pelo governo chinês. O Chile é atuante no comércio global de frutas e por meio de instituições locais, como a PMA Fruittrade e ProChile, que organizam e promovem eventos que conectam produtores locais com varejistas chineses tradicionais e online.

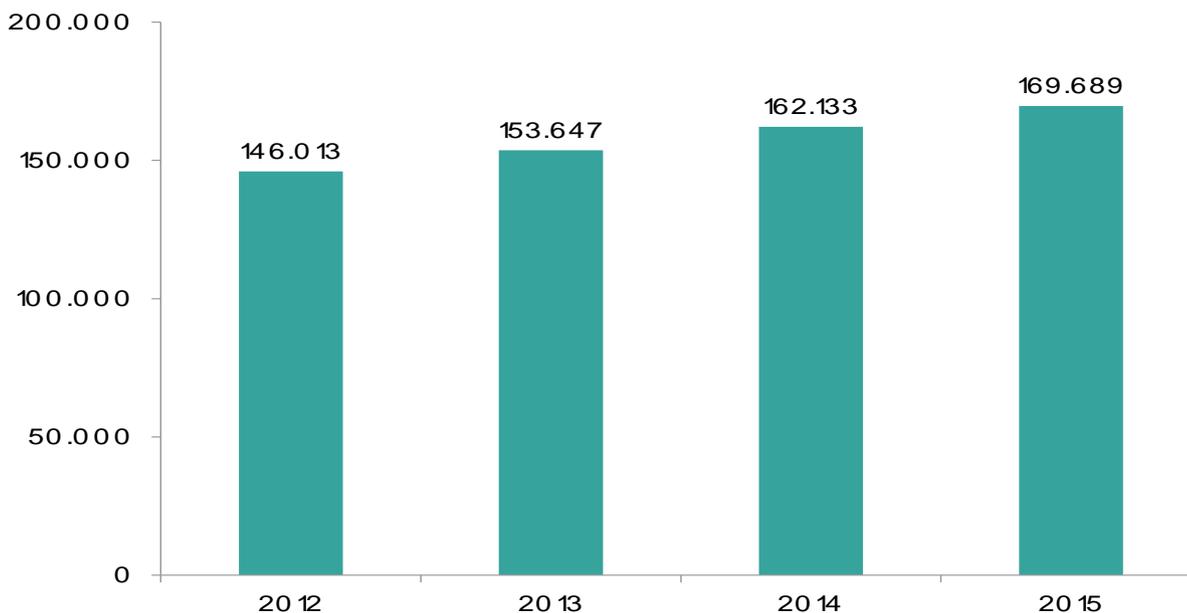


MERCADO DE FRUTAS

Crescimento da renda disponível contribuiu para um aumento no consumo de frutas frescas e de alta qualidade

Gráfico 3: Vendas em valor do setor de Frutas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

Melões e melancias são preponderantes no consumo de frutas frescas

- Quase a totalidade (98,3%) do consumo de frutas na China em 2015 foi de frutas frescas, com estimados 45% de melões e melancias.
- Depois dos melões e melancias, as maçãs foram a principal fruta consumida na China, com 9,7% do valor total das vendas, e 9,4% do volume em 2015.
- Laranjas, tangerinas e mexericas são a segunda maior fatia do mercado, com 12,7% do volume consumido em 2015, o mesmo que em 2012.
- As bananas participaram com 5,8% do volume total de frutas consumidas na China em 2015, uma perda em relação aos 6,2% de 2012.
- Kiwis, frutas vermelhas e cerejas tiveram o maior crescimento no período de 2012-2015.
- Consumidores atentos à saúde puxam a expansão das frutas vermelhas na China, por seu alto conteúdo de antioxidantes. Participação no volume ainda é pequena, com apenas 6,2 toneladas.

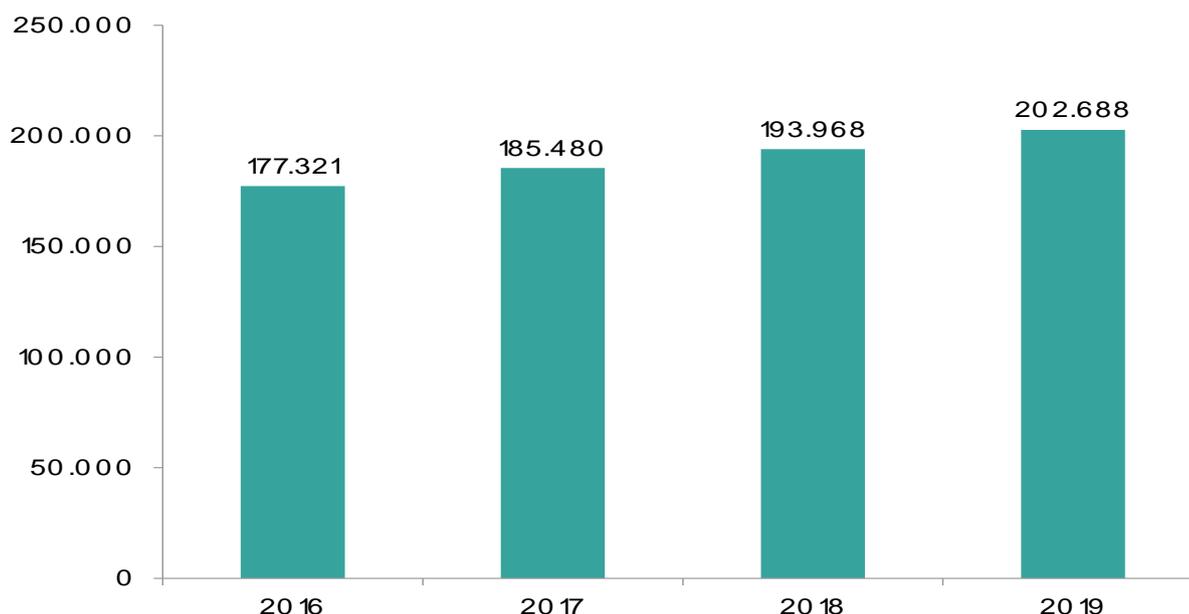
Consumidores estão mais atentos à saúde e preferem Frutas Frescas às conservas

- Em grandes áreas urbanas, onde há maior investimento por parte de grandes cadeias varejistas, a existência de áreas refrigeradas contribui para *shelf-life* mais longo. No interior, em regiões de menor concentração populacional, o consumo é mais direcionado às frutas produzidas localmente.
- As Frutas Secas chegaram a 1% de todo o valor de vendas de frutas na China em 2015. Já as Frutas em Conserva responderam por 0,7% do total em valor. A categoria das Frutas em Conserva teve um crescimento moderado de 5% em 2015. A produção é altamente voltada à exportação, com uma demanda interna limitada.
- A China tem muitos recursos para produzir frutas e legumes frescos, pois os consumidores chineses preferem produtos frescos aos embalados. Mais que isso, a maioria dos consumidores chineses desconfia da segurança dos alimentos embalados, em especial comida processada em conserva.
- Frutas tradicionais como as bananas e as peras mantiveram o seu crescimento nos últimos anos, devido à fácil disponibilidade e à grande demanda de mercado desses produtos.

Expectativa é de que mercado de frutas frescas permaneça estável em função da forte demanda interna

Gráfico 4: *Projeção de vendas em valor do setor de Frutas (US\$ Mi)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

Consumo de frutas atingiu 192 milhões de toneladas em 2019

A expectativa é de que as frutas tenham um crescimento médio anual de 2,1% em volume no período de 2016-2019, e alcancem 192 milhões de toneladas em 2019. O crescimento constante em volume será puxado pela procura dos consumidores pelas frutas e seus benefícios nutricionais e à saúde. Como os consumidores estão buscando mais produtos *premium* e importados, o crescente volume de frutas importadas também dará sustentação ao crescimento constante do consumo. O rápido crescimento do varejo da internet também impulsionará as vendas de frutas, em particular as importadas, pela maior praticidade oferecida por esse canal.

Espera-se que as cerejas apresentem o maior crescimento em volume no período de 2016-2019, uma média anual de 12%, puxada pela demanda dos consumidores por frutas *premium* e altamente nutritivas. A expansão acontecerá tanto na produção nacional quanto nas importações.

As condições climáticas são uma das principais preocupações, pois podem ameaçar um maior crescimento do setor no período de 2016-2019. Em 2015, por exemplo, a produção de abacaxis foi afetada por tufões perto das áreas de cultivo, acarretando queda no consumo local.

O consumo de Frutas Frescas é maior em áreas urbanas do que nas rurais e poderá ser puxado pela expansão dos grandes centros urbanos no país. A população rural recuará de 618 milhões em 2015 para 571 milhões em 2019, enquanto as projeções indicam um crescimento de 77 milhões na população urbana, que totalizará 826 milhões em 2019.

As Frutas Secas serão limitadas pelos preços altos e o pouco conhecimento dos consumidores, que acreditam que as Frutas Frescas são mais saudáveis e têm um melhor custo-benefício. As Frutas Secas terão queda no crescimento médio anual do varejo em volume para menos de 1%.

Mercado de Frutas Frescas cresce com a maior preocupação com a saúde, além da fácil disponibilidade dos produtos

Usos alternativos e substitutos devem estabilizar o consumo de frutas

- Tendência de crescimento do varejo pela internet ampliou muito a disponibilidade das frutas na China, fortalecendo a demanda por frutas consideradas exóticas na região. Espera-se que o gasto dos consumidores com frutas registre um crescimento médio anual de 4,6% até 2019.
- Ao posicionar-se como *snacks*, espera-se que as Frutas em Conserva consigam se recuperar no segmento, mas a categoria das Frutas Frescas continuará a ser a mais importante.
- O aumento da consciência em relação à saúde e a fácil disponibilidade de produtos frescos deve impulsionar o consumo de Frutas Frescas no futuro próximo.
- A demanda por frutas importadas também é impulsionada pelo aumento da preocupação em relação à segurança alimentar dos produtos nacionais na China.

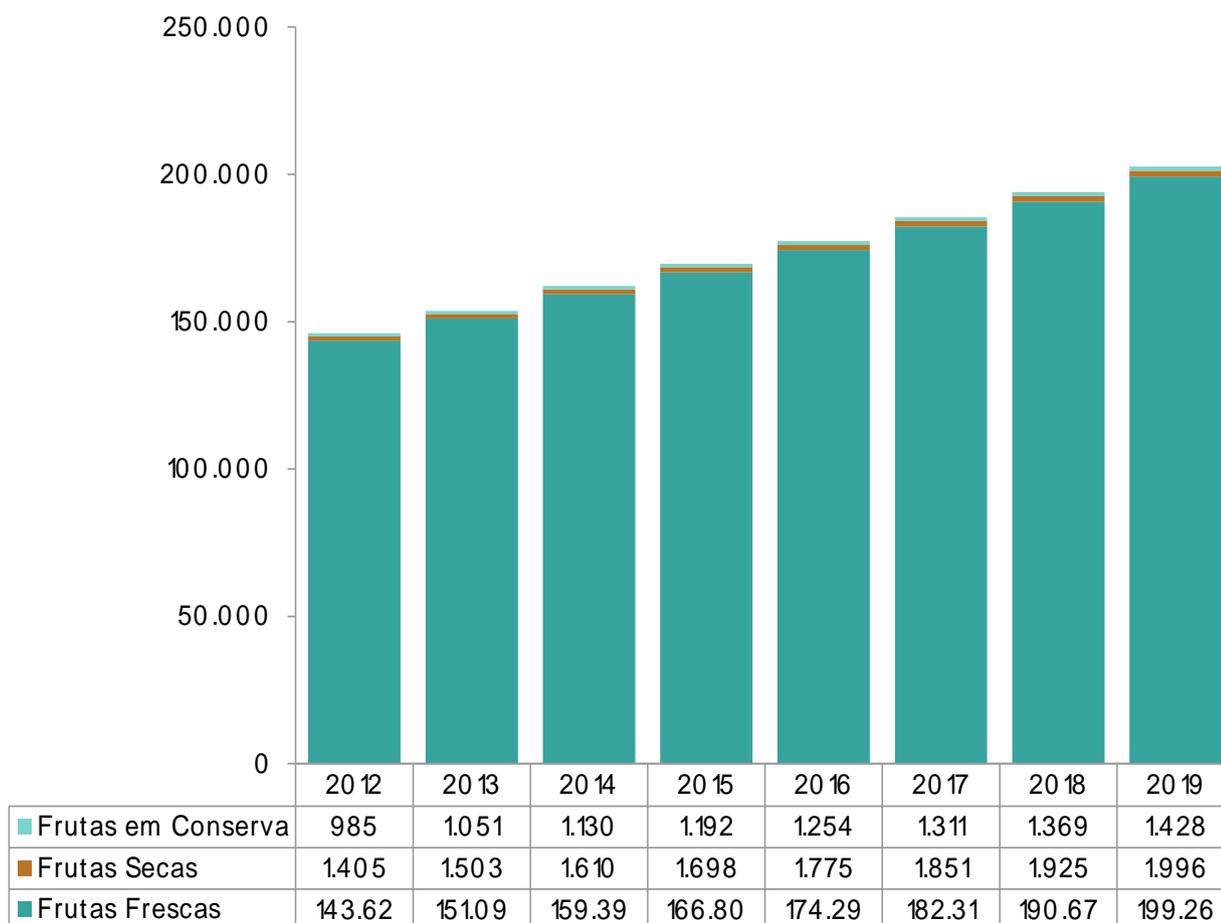
Falta de instalações adequadas para armazenamento e de tecnologia de produção afeta categorias

- A falta de instalações adequadas para o armazenamento e de instalações de transporte, inclusive pela alta fragmentação das cadeias logísticas resfriadas, afeta a produção de algumas frutas. Por exemplo, na China, os mirtilos só são cultivados na Região Norte do país, durante a estação que vai de junho a setembro.
- A tecnologia para a produção de frutas processadas permanece subdesenvolvida na China, o que representou uma das principais barreiras para o avanço dessa indústria. Embora alguma melhoria esteja acontecendo, muito precisa ser feito a esse respeito.
- Com uma base de vendas já estável, as bananas foram ameaçadas por várias outras frutas, como as cerejas e arandos/mirtilos, que são mais atraentes para os consumidores.
- Muito embora seja possível notar um crescimento na demanda por comida orgânica embalada na China, a tendência não decolou para as frutas cultivadas de maneira orgânica, cujo mercado ainda é quase inexistente.

Frutas processadas não devem ganhar espaço, pois consumo de frutas frescas é popular na China

Frutas tradicionais como maçãs, peras e laranjas tiveram um crescimento em volume estável, em função de sua ampla base, que deu sustentação ao crescimento do volume em geral. Frutas de nicho, como as cerejas, arandos/mirtilos e limões sicilianos tiveram um crescimento de volume dinâmico, tanto dos importados quanto da produção interna, devido ao aumento de sua aceitação pelos consumidores locais, o que impulsionou o crescimento geral. Os melões e melancias continuaram sendo as frutas mais populares na China, e isso não deverá mudar no período projetado.

Gráfico 5: Histórico e projeção de vendas em valor do setor de Frutas (US\$ Mi)
Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

* Os anos de 2016 a 2019 referem-se a projeções

Produção local ainda visa à exportação



Mudança de atitude e preferência dos chineses afeta a importação de frutas

Crescimento da demanda por cerejas colocou de prontidão países exportadores como Chile, Nova Zelândia e Austrália, para aumentar o volume de importações inundando o mercado com seus produtos. Demanda por frutas exóticas deve aumentar ainda mais no futuro próximo.



Alto volume de produção de várias frutas amplia exportações e reduz dependência de importações

A produção chinesa de frutas como maçãs, uvas e peras aumentou, devido às condições climáticas favoráveis que ajudam a fortalecer as exportações, especialmente para parceiros asiáticos como Vietnã, Tailândia, Bangladesh e Indonésia.



E-Commerce se tornará um importante canal de distribuição no período de 2012-2015

O *e-commerce* deverá se tornar vital, tanto para quem entra no mercado quanto para as atuais empresas líderes. Muitas marcas, que recuam devido às altas taxas cobradas por espaço em prateleira em supermercados e hipermercados, podem buscar operar em plataformas de *e-commerce*.



Aumento do conhecimento dos consumidores acende alerta vermelho para as Frutas em Conserva

Expectativa é de que a categoria de frutas processadas mantenha um crescimento médio anual constante de 4,2% no período de 2016-2019. Diante de uma inundação de produtos importados e do aumento da consciência de marca entre os consumidores, os produtores de frutas processadas deverão viver um período de grandes desafios.

Em 2015, maçãs representaram 17,5% do volume de frutas frescas consumido na China

Maçãs

Além de sua importante produção interna, a China concedeu acesso de mercado a todas as variedades de maçã dos Estados Unidos no início de 2015, ampliando a oferta. Se as maçãs do Reino Unido e da Austrália continuaram a ser as principais frutas importadas em 2015, as importações da Nova Zelândia sofreram com a expansão das maçãs norte-americanas.

As maçãs Fuji são a principal variedade produzida localmente na China, e a estimativa é de que representem 60% a 70% do total de maçãs frescas consumidas no país. Grandes áreas de produção situam-se em Shaanxi (Região Norte) e Shandong (China Oriental).

Em 2015 foram consumidas 30.885 mil toneladas de maçã na China. A média de preços das maçãs no varejo em 2015 foi calculada em US\$ 0,52 por quilo.

Bananas

As bananas estão entre as principais Frutas Frescas consumidas na China, e representam 5,8% do volume total consumido em 2015, o equivalente a 10.252 mil toneladas. O consumo depende fortemente das importações oriundas de Filipinas, Equador, Mianmar e Tailândia. Ao longo de 2015 e no início de 2016, as autoridades chinesas passaram a se preocupar mais com as frutas importadas, uma vez que algumas remessas de banana continham quantidades de fungicida Carbendazim acima das normas locais de segurança. Os comerciantes das Filipinas já foram penalizados pelos procedimentos fitossanitários chineses.

A produção local de bananas em 2015 chegou a 12,5 milhões de toneladas, registrando um aumento de 5,7% em relação à produção de 2014. 71% da safra é produzida na Região Centro-Sul, sendo as províncias Guangdong e Guangxi as áreas mais relevantes. A Região Sudoeste contribui com 21% da produção nacional de bananas, com 99% de sua produção localizada na província de Yunnan.

Em 2015 o preço médio das bananas no varejo na China foi estimado em US\$ 0,39 por quilo.

Cerejas

O consumo de cerejas se expandiu em 23%, o maior crescimento de volume em 2015, em parte devido à sua base de vendas que ainda é pequena. Reunindo as virtudes dos benefícios à saúde e do sabor, as cerejas conquistaram grande popularidade entre a massa de consumidores na China no período de 2012-2015. Além disso, com o aumento da renda disponível e a crescente procura por melhores padrões de vida, os consumidores demonstraram maior interesse pelas cerejas, que normalmente têm um preço unitário muito mais elevado em comparação com outras frutas. Com o aumento da demanda, os grandes produtores desta variedade de frutas entre os países ocidentais, como Estados Unidos e Chile, concentraram-se na exportação para a China no período de 2012-2015. O rápido aumento do volume de importação de cerejas, particularmente do Chile, também impulsionou o robusto crescimento em 2015.

Cerejas, cranberries e limões demonstram crescimento dinâmico

Laranjas, tangerinas e mexericas

Como em todas as principais regiões de produção de frutas cítricas do mundo, inclusive o Brasil, os cultivos nacionais sofrem com os efeitos da doença do *greening*. Mas, apesar dos desafios à produção, a China é o maior mercado consumidor de laranjas, tangerinas e mexericas frescas do mundo. O consumo anual *per capita* é elevado, 16,5 kg, bem acima da média global de 8,7 kg, e cresce a uma média anual de 3,5%.

A produção chinesa de laranjas em 2015 será de 6,9 milhões de toneladas, 10% menos que a do ano anterior. A principal província no cultivo de laranjas na China é Jiangxi, mas sua produção tem sido afetada pela doença do amarelão dos citros (*greening*). Entre as cultivares populares na China podem ser citadas a laranja de umbigo (*navel orange*) e a Ponkan. A redução da safra e o aumento dos custos, inclusive de mão-de-obra, levam a um aumento no preço das laranjas comparado a anos anteriores. Por exemplo, o preço dos distribuidores de laranja de umbigo chegou a US\$ 0,71 na região de Jiangxi. O resultado foi uma queda no consumo de laranjas na China em 2015. No entanto, a demanda de longo prazo por laranjas de alta qualidade é forte ao longo de todo o ano, e continuará a crescer de forma constante à medida que melhorias na infraestrutura de logística e distribuição ocorrerem. No varejo, o preço estimado para as laranjas é de US\$ 0,85.

Segundo a Comtrade, as importações anuais de laranjas na China atingiu, em 2015, 148 mil toneladas, um aumento de mais de 50% em relação ao ano anterior. Isso se deve, por um lado, ao declínio da produção interna e, por outro, ao aumento da demanda por laranjas importadas de alta qualidade. A África do Sul é o maior fornecedor de laranjas da China, com 65,7 mil toneladas, seguida pelos Estados Unidos, com 32,3 mil toneladas.

A China é responsável por mais de dois terços da produção e consumo de mexericas do mundo. A exportação de mexericas da China também representou um terço do consumo mundial. A produção total de mexericas no país chegou a 20,2 milhões de toneladas em 2015, apesar de as principais províncias produtoras, como Jiangxi e Guangdong, terem apresentado queda na produção por causa da doença do amarelão dos citros. Em 2015, províncias como Guangxi, Hubei, Hunan, Fujian e Zhejiang, expandiram não só a área de cultivo de mexericas mas também a produtividade por hectare. O grande volume produzido e o abastecimento adequado conduz a um baixo preço da mexerica. O preço praticado pelos distribuidores de mexerica em Hunan, por exemplo, foi de apenas US\$ 0,32 por quilo em 2015.

A China importou cerca de 20 mil toneladas de mexericas em 2015, sobretudo de Austrália e África do Sul. Com demanda estável no mercado internacional, os principais compradores das mexericas chinesas foram os países da ASEAN e a Rússia. No ambiente de varejo, o preço estimado para as mexericas é de US\$ 0,40

De acordo com dados do governo chinês, a produção de tangerinas foi estimada em 2,2 milhões de toneladas em 2015. Nanfeng, na província de Jiangxi, é a principal região produtora do país, com cerca de 70% a 80% de toda a produção nacional. A região conta com um vigoroso apoio do governo chinês, que enxerga a tangerina como um setor líder internamente. A expectativa é de que a área de cultivo de tangerinas seja ampliada em 2016.

Devido ao aumento da produção, os distribuidores de frutas como Nanfeng Honey Tangerine relataram uma queda no preço das tangerinas no mercado interno para a faixa entre US\$ 0,48 e US\$ 0,64 por quilo. No ambiente do varejo, o preço estimado para as tangerinas foi de US\$ 0,70.

Melões e Melancias são as frutas mais populares na China

Mangas

A produção chinesa de mangas foi de cerca de 1,2 milhão de toneladas em 2015, e deverá aumentar para 1,5 milhão de toneladas em 2016. As principais áreas de produção são Hainan, Guangxi e Guangdong, todas na Região Centro-Sul do país. A China é considerada uma das nações com maior número de variedades nativas de manga, com diversas espécies selvagens como a *Mangifera hiemalis*. Entre as principais variedades de manga consumidas no mercado local chinês podem ser citadas a Baiyu, Guifei, Guixiang, Huangpi, Huangyu, Ivory, Macheco, Sannian, Tainong e Yuexi

Em 2015, o preço total das frutas foi mais baixo do que em 2014, com o distribuidor vendendo a uma média de US\$ 1,77 por quilo. O preço do varejo, considerando o *mark-up* médio no setor, foi estimado em US\$ 2,15.

Quanto às importações de mangas, que totalizaram cerca de 73 milhões de toneladas, Taiwan e os países da ASEAN são os principais fornecedores da China. Como as mangas são mais frágeis e têm uma durabilidade menor em comparação com outras frutas, os importadores chineses preferem comprar as mangas dos países vizinhos.

Melões

A maioria dos melões produzidos e consumidos na China é da espécie *Cucumis Melo*, que é ligeiramente diferente dos melões produzidos no Brasil (melão canário). A produção de melão da China foi de cerca de 16,3 milhões de toneladas em 2015, um grande aumento em relação a 2014 (quando foram produzidas 14,2 milhões de toneladas). Isso aconteceu porque, após a demanda aquecida do mercado de melões em 2014, muitos agricultores acompanharam a tendência de destinar grandes áreas para a produção da fruta. Além disso, a tecnologia de cultivo de melão tem se aprimorado nos últimos anos, aumentando a oferta e, conseqüentemente, impactando os preços. O excesso de oferta provocou uma tendência de queda nos preços dos melões, e o preço médio do distribuidor em 2015 ficou em torno de US\$ 0,50 por quilo. No varejo, considerando o *mark-up* médio no setor, os preços foram estimados em US\$ 0,60.

Melancias

A produção de melancia chinesa em 2015 foi de cerca de 77,1 milhões de toneladas, sendo a maior parte consumida internamente, já que as exportações (apenas 32 mil toneladas) e importações (200 mil toneladas) não chegam a ser relevantes. As principais áreas de produção da melancias são observadas na China Oriental e na Região Centro-Sul, que respondem em conjunto por mais de 70% da produção do país. Segundo fontes, o preço praticado pelos distribuidores de melancias em 2015 ficou em apenas US\$ 0,16 por quilo. Os preços do varejo, considerando o *mark-up* médio no setor, são estimados em US\$ 0,20.

Expectativa para as frutas em conserva é de crescimento moderado

Frutas em conserva

Para as frutas em conserva, a expectativa é de crescimento moderado no período de 2016-2019, se forem tomadas medidas dirigidas aos fatores que hoje limitam a categoria. Os principais obstáculos ao desempenho são a gestão desatualizada das marcas e a visão estereotipada do consumidor em relação a categoria de produto. Entre as principais frutas em conserva consumidas na China, pode-se citar o pêssego e as frutas cítricas. Em 2015, o preço médio das frutas em conserva no mercado chinês foi estimado em US\$ 2,40 por kg.

No período de 2016-2019, espera-se que os fabricantes ou proprietários de marcas atribuam maior importância à gestão da marca. Como muitos consumidores potenciais acreditam que as frutas e os legumes processados têm um alto conteúdo de aditivos artificiais, é possível prever que haverá necessidade de educar melhor o consumidor, para que se possa comercializar esses produtos de maneira mais eficaz. Os esforços para incentivar os consumidores a comer frutas e legumes processados saudáveis com mais frequência será fundamental para impulsionar o desempenho da categoria nos próximos anos.

A tendência de ampliar a presença de produtos *premium* não tem se mostrado com muita clareza no caso das frutas processadas. Ao contrário de outros alimentos embalados, as frutas processadas têm um gargalo em termos de otimização do produto, pois elas não são consideradas como produtos de primeira necessidade pelas famílias chinesas. Assim, observa-se um alto nível de elasticidade na demanda, pois os consumidores facilmente recorrem a produtos alternativos.

Produção e consumo de orgânicos na China é mais relevante para os cereais

Orgânicos

De acordo com estatísticas da FiBL – Forschungsinstitut für biologischen Landbau (Instituto de Pesquisa sobre Agricultura Orgânica), a China já é o quarto maior mercado consumidor de produtos orgânicos, com valores estimados em 4,7 bilhões de Euros para o ano de 2015. Quase 90% desse valor sendo de vendas no varejo local e os demais 10% destinados ao mercado externo. Já existem 57 instituições chinesas afiliadas ao IFOAM (International Foundation of Organic Agriculture), um sinal claro que há uma busca constante pelo desenvolvimento da agricultura orgânica.

Em 2014, 1,9 milhões de hectares de terra foram destinados a produção de orgânicos na China, colocando o país na quarta posição global (atrás de Austrália, Argentina e Estados Unidos) com 4% da área de plantação mundial para esse tipo de agricultura. Em 2014, ainda segundo as análises da FiBL e do IFOAM, havia quase 10 mil produtores orgânicos na China e 2,7 mil empresas processadoras de orgânicos. Há quase 1,2 mil empresas chinesas ligadas ao negócio de exportação de orgânicos, enquanto menos de 70 estão interessadas na distribuição desses produtos no mercado interno.

A produção e o consumo de orgânicos na China, porém, não estão direcionados à fruticultura. A maior parte da produção de orgânicos é de cereais (como por exemplo, o arroz). No caso das frutas, a maior parte dos orgânicos está relacionada às áreas de produção selvagem (*wild crops*, conforme definição do IFOAM), que não estão contabilizadas sob a área total destinada aos orgânicos (no caso da China, 1,9 milhão de hectares). Na China, há 1,1 milhão de hectares de produção selvagem, sendo que 432 mil são de bagas selvagens (*wild berries*).

Da área de produção orgânica de 1,9 milhões de hectares, somente 70 mil hectares são destinados à fruticultura. Para frutas tropicais e subtropicais, a China destina 27 mil hectares para a produção orgânica (0,9% da área plantada para esse tipo de fruta). Para frutas de clima temperado (como por exemplo, maçãs, damascos, peras, ameixas e cerejas), a China destinou 25 mil hectares a produção orgânica, ou 0,4% da área total desse tipo de fruto. A produção de uvas orgânicas atingiu 15,7 mil hectares em 2014, representando 2,1% da área total de produção de uvas naquele ano. A produção de frutas cítricas orgânicas chegou a quase 8 mil hectares de produção em 2014 (0,3% da área total de produção de cítricos em 2014).

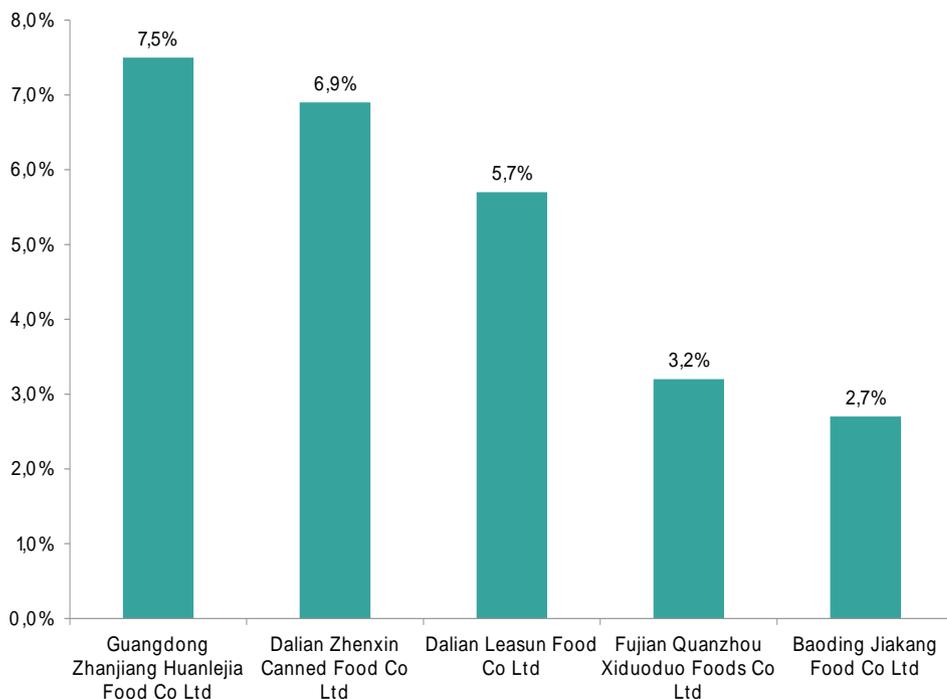
Em geral, a venda de produtos orgânicos está centralizada em mercados chamados de *boutique food shops*, localizados em vizinhanças de maior poder aquisitivo em cidades como Pequim e Xangai. Esse tipo de varejo tem se tornado mais aparente no ambiente varejista chinês com empresas como Green & Safe e Lohao se destacando. Outro formato que tem atendido a demanda crescente dos orgânicos são varejistas online como Jingdong e Taobao. Essas empresas, porém, com foco maior em produtos com menor índice de perecibilidade como os cereais.

A maior oferta de orgânicos não está somente ligada ao fato dos chineses buscarem uma alimentação mais saudável, mas sim aos constantes problemas relacionados à qualidade dos alimentos oferecidos no mercado local. Em uma pesquisa realizada pela Horizon Research em 2014, com uma amostra de 3,200 consumidores entre 18 e 60 anos em 20 cidades chinesas, 80% dos respondentes mencionaram que estavam revoltados com os escândalos ligados às questões de segurança alimentar, como a venda de carne fora do período de validade para cadeias de *fast food* ou os casos de contaminação do leite em pó, em 2008. Em relação a qual estágio da produção de alimentos os consumidores mais se sentiam afetados pelos riscos ligados à segurança alimentar, 58% citaram produção e processamento e 25% plantação.

Empresas chinesas lideram o páreo nas Frutas em Conserva

Gráfico 6: Participação das vendas em valor do setor de Frutas em Conserva por principais empresas (%)

Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

- Os pêssegos enlatados são populares no Norte da China, onde estão sediadas as maiores empresas nacionais da categoria, como Dalian Zhenxin Canned Food e Dalian Leasun Food, registrando um bom crescimento em 2015.
- Além do pêssego, as principais fabricantes de frutas em conserva oferecem uma ampla gama de produtos como damascos, frutas cítricas, *longans* (olho de dragão), maçãs, e uvas em seus portfólios de produto.
- De acordo com os dados da Associação de Comida Enlatada da China, o volume de produção de frutas e legumes enlatados da China corresponde a quase 75% do total do volume de produção em todo o mundo, e 80% do total do volume comercializado. Assim, à exceção do que se refere à consciência de marca, as empresas nacionais têm vantagens em termos de custo e percepção dos consumidores locais em comparação aos concorrentes internacionais.

Número aproximado de empresas fabricantes de Frutas em Conserva em 2015

100

Empresa voltada à exportação domina o mercado interno

Guangdong Zhanjiang Huanlejie Food Co Ltd

Huanlejie é uma empresa de alimentos de larga escala que produz principalmente frutas e frutos do mar enlatados, sucos e bebidas, geleias e ovos de codorna enlatados etc. Embora a empresa tenha apenas 10 anos de história, ela cresceu e se tornou um líder na fabricação de seus produtos.

Dalian Zhenxin Canned Food Co Ltd

Sediada em Dalian e fundada em 1990, Zhenxin é uma marca local de frutas enlatadas e bebidas. A empresa tem mais de 20 anos de experiência em processamento e vendas de frutas, possui mais de 300 distribuidores, e cobre 100 mil pontos de venda, como Lawson, Walmart etc.

Dalian Leasun Food Co Ltd

Criada em 1996, a Leasun é uma *joint-venture* sino-canadense, que possui instalações fabris de 33 mil metros quadrados. A empresa tornou-se o maior fabricante de alimentos enlatados no nordeste da China. A produção de frutas, legumes e frutos do mar enlatados chega a 30 mil toneladas por ano.

Fujian Quanzhou Xiduoduo Foods Co Ltd

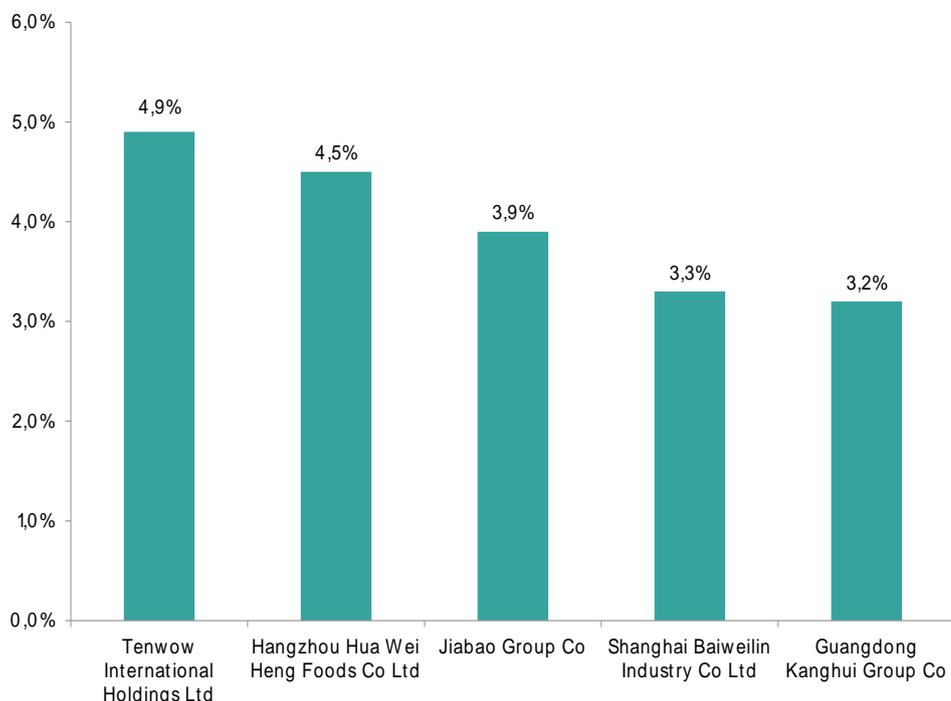
Fundada em 1997, a Xiduoduo é uma empresa moderna de grande escala que integra P&D, produção e vendas de alimentos enlatados e bebidas. A empresa tem 2 bases de produção (Quanzhou e Chuzhou) e mais de dois mil funcionários

Baoding Jiakang Food Co Ltd

Fundada em 1985, a Baoding Jiakang Foo Co Ltd integra P&D, produção e vendas de frutas enlatados e geleias. Após esforços de mais de 30 anos, a rede de vendas da empresa está espalhada por todo o país.

Principais empresas de Frutas Secas também são chinesas

Gráfico 7: Participação das vendas em valor do setor de Frutas em Conserva por principais empresas (%)
Notas: Câmbio Fixo, 2015 – Valores em termos constantes, preço para consumidor



Fonte: Euromonitor

- O consumo de frutas secas na China é amplamente dominado por uvas passas. De acordo com dados do Conselho Internacional de Castanhas e Frutas Secas, foram consumidas 139 mil toneladas de passas na China durante o ano de 2014. Nesse mesmo ano, levantamento da Euromonitor contabilizou um consumo total de 176 mil toneladas de frutas secas.
- Desde 2013, a Tenwow Internacional é uma empresa cotada na bolsa de, com receitas em torno de RMB 5 bilhões para o ano fiscal de 2015.
- Hangzhou Huawei Heng Foods possui três fábricas e tem mais de 200 funcionários trabalhando em P&D.
- O Grupo Jiabao emprega mais de mil pessoas e tem mais de 20 empresas nacionais subordinadas e filiais na China.
- As receitas do Grupo Shanghai Baiweilin chegaram a RMB 2 bilhões, com 700 lojas para distribuição de produtos por toda a China.
- Guangdong Kanghui possui instalações em área que soma 90 mil metros quadrados, e emprega mais de 1.600 pessoas.

Número aproximado de empresas fabricantes de frutas secas em 2015

50

Empresas líderes estão há menos de 40 anos no mercado

Tenwow International Holdings Ltd

Fundada em 1999, a Tenwow Internacional Holdings Ltd é uma produtora e distribuidora de alimentos e bebidas embalados na China. Além das frutas secas, a empresa é a principal produtora nos mercados de pistache, flocos de aveia, carne de porco seca em fatias, óleo de pimenta e amêndoas.

Hangzhou Hua Wei Heng Foods

Fundada em 1992, Hangzhou Hua Wei Heng Foods atua no setor de castanhas cristalizadas na China. A marca "Hua Wei Heng" produz frutas em conserva e frutas secas e usa ameixa, pêssego e outras frutas como matéria-prima. A escala anual da produção é de mais de 5 mil toneladas.

Jiabao Group

O Grupo Jiabao foi fundado em 1983 e seus principais produtos são as frutas em conserva, frutas secas, picles e sucos de frutas. Sua operação de negócios abrange instalações integradas de embalagem e uma fábrica de cosméticos bioquímicos.

Shanghai Baiweilin Industry

O Grupo Baiweilin foi fundado em 1995 e é uma das maiores empresas da China em *snacks*, com desenvolvimento, processamento, produção, distribuição, agência de marcas. A empresa comercializa uma ampla variedade de frutas secas e em conserva no mercado local. Atualmente, a empresa tem mais de 40 escritórios distribuídos por todo o país, em mais de 31 províncias chinesas.

Guangdong Kanghui Group Co

A Guangdong Kanghui Group Co. Ltd, sediada na planície de Chaoshan, é uma das 100 principais empresas de larga escala no setor de alimentos na China. A empresa atua em cinco categorias de produtos, inclusive confeitos, balas, sementes e castanhas torradas, bebidas e carne processada.

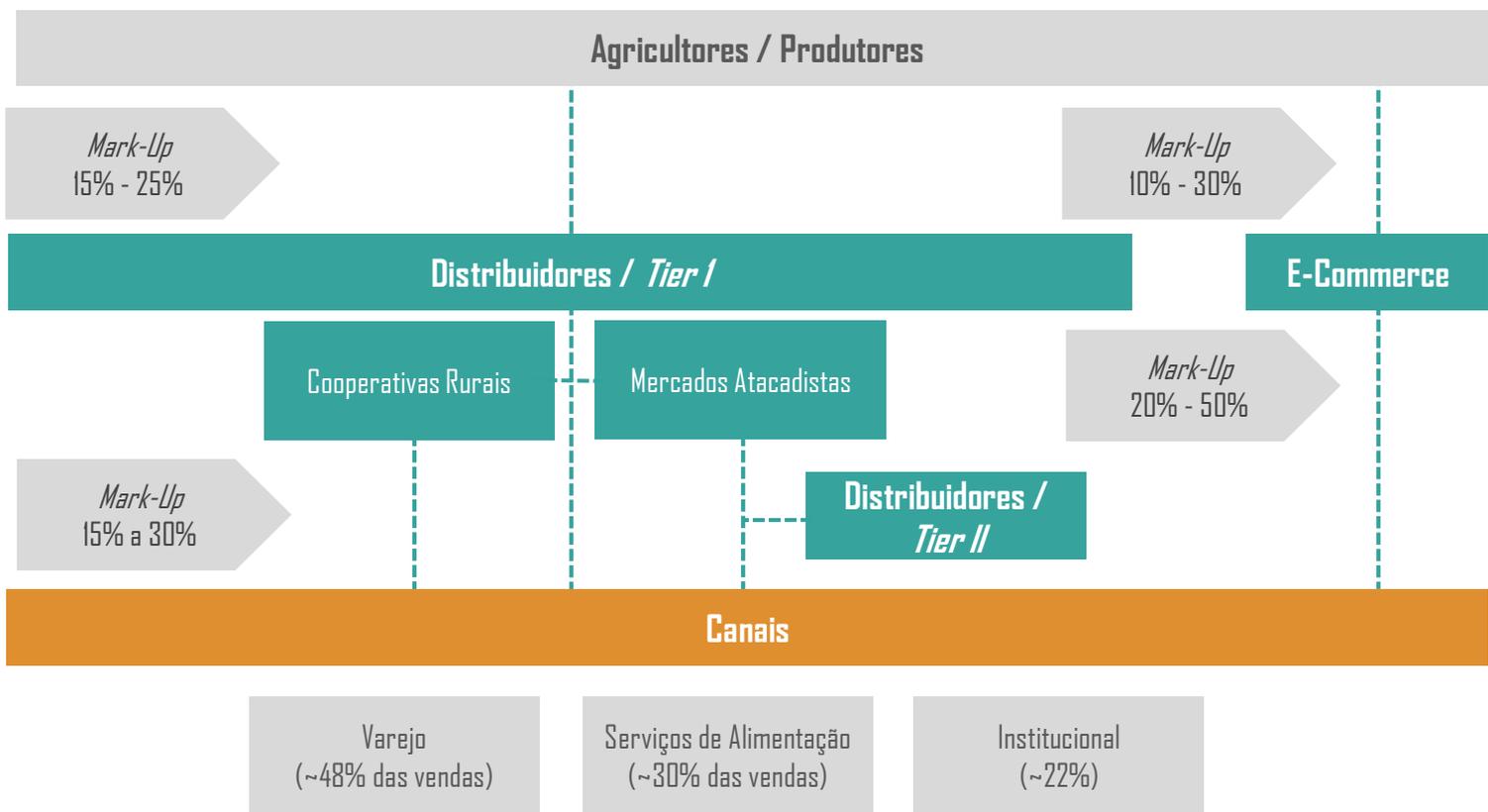
Mercado interno fragmentado com baixa demanda dos consumidores abre oportunidade para quem vem de fora

O mercado de frutas e Frutas Secas é altamente fragmentado, com muitas empresas nacionais atuantes no cenário, sem que nenhuma exerça uma liderança clara. As Frutas Frescas são oriundas tanto de produção interna quanto de importações, mas não há nenhuma grande empresa que dite as regras no mercado.

Frutas em Conserva	Frutas Secas
Guangdong Zhanjiang Huanleji Food	Tenwow International Holdings
Dalian Zhenxin Canned Food	Hangzhou Hua Wei Heng Foods
Dalian Leasun Food	Jiabao Group Co
Fujian Quanzhou Xiduoduo Foods	Shanghai Baiweilin Industry
Baoding Jiakang Food	Guangdong Kanghui Group Co

- A Guangdong Zhanjiang Huanleji lidera a categoria de Frutas em Conserva, da qual conquistou uma participação de 7% no final do período de 2011-2015. Comparável à Dalian Zhenxin na escala de produção e com a Dalian Leasun Food em relação à estratégia de marketing flexível, a Huanleji leva vantagem em termos de propaganda e rede de distribuição.
- Huanleji é o primeiro fabricante de Frutas Processadas a colocar propaganda nacional na CCTV (China Centre Television), conseguindo melhorar significativamente o conhecimento de sua marca no mercado nacional.
- Em 2014, a Huanleji expandiu ainda mais sua rede de distribuição no mercado rural e alcançou mais consumidores nas cidades de Tier III, onde a variedade de frutas embaladas é menor e os consumidores têm um alto grau de aceitação das Frutas Processadas.

Mark-Ups variam muito a depender da categoria de frutas



Nas cadeias tradicionais de distribuição, as Frutas Frescas nacionais percorrem o circuito “Fabricante – Atacadistas – Distribuidor Nível 1 – Distribuidor Nível 2 – Varejista – Consumidor”. Grandes mercados atacadistas presentes nas quatro grandes cidades de *Tier I* (Cantão, Pequim, Shenzhen, Xangai) e atacadistas de menor porte em cidades de *Tier II* são os principais responsáveis pelo escoamento da produção de frutas local.

Para as frutas importadas, a cadeia é mais longa: “Produtor estrangeiro – Processamento & Controle (inclui seleção, embalagem, manutenção do frescor, inspeção etc.) – Importador na China – Distribuidor – Varejista – Consumidor”. De qualquer forma, mercados atacadistas também atuam como os principais distribuidores de frutas importadas, com destaque para o mercado Jiangnan em Cantão.

Quando as frutas entram na China, os importadores têm dois grandes caminhos para as vendas: uma é vender diretamente para os consumidores; a outra é vender primeiro para os distribuidores e então se aproximar dos consumidores camada a camada. Por contar com cadeias resfriadas e sistemas logísticos desenvolvidos, o funcionamento das cadeias de distribuição modernas é mais simples. As Frutas Frescas são distribuídas seguindo o fluxo “Fabricante – Zona de armazenamento resfriado – Consumidor”.

A variação de *mark-up* em um mesmo elo de distribuição pode ser diferente em relação às várias categorias de frutas, regiões de origem e estações do ano. As *mark-ups* variam de 15% a 50% dependendo do estágio de distribuição.

As margens de lucro também variam dependendo do tipo de negócio. No caso específico das bananas na província de Guangzhou (Cantão), por exemplo, as margens de lucro para produtores, cooperativas, distribuidores e varejistas são cerca de 25%, 25%, 15% e 40%, respectivamente. Entre as Frutas Secas, empresas como a Tenwow operam com margens de lucro bruto de cerca de 25%.

Cadeia logística fria ainda demanda investimentos

Tendo em vista que o consumo de frutas importadas concentra-se principalmente em cidades do *Tier I* (Cantão, Pequim, Shenzhen e Xangai), os principais portos recebendo importações de frutas estão localizados próximos a essas grandes regiões metropolitanas, que concentram quase 20 milhões de domicílios. Destacam-se os portos de Shenzhen (próximo as regiões metropolitanas de Cantão, Dongguan e Foshan), Tianjin (localizado a menos de 200 km de Pequim) e Xangai.

Com o desenvolvimento de zonas de livre comércio pelas autoridades chinesas em Xangai (2013), Tianjin, Guangdong e Fujian (todas essas em 2015), o processo aduaneiro ganhou tempo nessas localidades. Todos esses portos estão integrados aos procedimentos governamentais de inspeção e quarentena, reduzindo esperas e operando com *turnarounds* entre seis e 48 horas, algo que não só reduz custos para o importador, mas também mantém em altos patamares a qualidade e o frescor das frutas. Fontes confirmam que o porto de Xangai permanece como o principal destino de exportações de frutas ao mercado chinês, oferecendo rotas de distribuição mais convenientes e procedimentos de quarentena mais velozes.

As grandes cidades de *Tier I*, também são conhecidas no comércio de frutas e vegetais pela relevância de seus mercados atacadistas, similares às centrais de abastecimento conhecidas no Brasil como CEASA. Em Pequim, por exemplo, o mercado Xinfadi é responsável por concentrar 80% das frutas consumidas na região metropolitana local, enquanto em Cantão, o mercado atacadista Jiangnan é reconhecido por concentrar 70% de todo o volume de frutas e vegetais importados pela China.

Enquanto portos e centrais de abastecimento estão amplamente desenvolvidos nas cidades de *Tier I*, o grande desafio para o desenvolvimento do consumo de frutas importadas na China encontra-se nas cidades de *Tier II* e *III*, onde armazenamento e transporte de cargas frias necessita de mais investimentos. Há 34 cidades chinesas sob o status de *Tier II*, concentrando quase 40 milhões de domicílios e uma estimativa de consumo de quase metade de todas as frutas importadas que chegam ao mercado chinês. Nessas cidades tem se constatado um maior desenvolvimento das vendas de frutas via *online*, com serviços de entrega em domicílio sendo um ponto importante na diferenciação de serviços.

Há por volta de 250 e 300 cidades de *Tier III*, que juntas concentram 75 milhões de domicílios. Aqui a distribuição de frutas importadas é mais dispendiosa, visto que os canais de varejo são fragmentados, há pouca infra-estrutura logística de cadeia fria e toda a distribuição é feita através de veículos com compartimentos refrigerados.

De acordo com análises da Bamboo Innovator, a cadeia logística do frio ainda tem muito a se desenvolver na China. Em 2014, enquanto países como o Japão e os Estados Unidos tinham uma penetração de quase 90% da estrutura logística de frio em sua cadeia de suprimentos, na China esse índice não alcançava os 20%. Dessa forma, o consumo de frutas importadas nas regiões interioranas da China ainda é desafiador, principalmente entre as cidades de *Tier III*.

Há de se ressaltar, que investimentos tem ocorrido em larga escala, com crescimento estimado em 25% ao ano. A expectativa é que o setor de logística fria atinja a marca de US\$ 75 bilhões em 2017. Análises do Rabobank mencionam que em 2007, havia 10 milhões de m³ de capacidade de armazenamento à frio na China e mais de 12 mil veículos com compartimentos refrigerados em operação. Estima-se que em 2015 os números atingiram 106 milhões de m³ e 89 mil veículos registrando, portanto, um crescimento anual médio de mais de 30% em termos de infra-estrutura.

Vendas tradicionais são o canal mais importante para as frutas frescas, enquanto os varejistas modernos lideram as vendas de frutas processadas



Feiras livres

Outros varejistas de alimentos, como as tradicionais barracas que vendem produtos frescos em feiras livres, continuam a ser o principal canal de distribuição de Frutas Frescas. A maior parte do volume total vendido em 2015 foi de frutas não embaladas, que tradicionalmente são vendidas nos bairros em bancas de frutas.



Supermercados e hipermercados

Os varejistas de alimentos modernos, como supermercados e hipermercados, são os canais de distribuição mais importantes para as Frutas em Conserva, mas também concentram parte importante das vendas de Frutas Frescas. A popularidade das Frutas em Conserva é maior no Norte devido à carência de produção de Frutas Frescas. Em 2015, havia aproximadamente 6 mil hipermercados e 130 mil supermercados em território chinês, com tamanhos médios de 8 mil m² e 1,1 mil m², respectivamente.



Serviços de alimentação e institucional

Embora as vendas de Frutas Frescas sejam fortemente impulsionadas pelo varejo, o consumo nos serviços de alimentação é responsável por 30% do total de Frutas Frescas na China, enquanto o canal institucional responde por outros 22% do mercado.



Varejo pela internet

À medida que fica cada vez mais fácil de comprar alimentos embalados e frescos online, os consumidores ganham a opção de encomendar Frutas Frescas de uma ampla gama de varejistas na internet. Há empresas menores e as grandes como a Alibaba, que entregam em domicílio e oferecem uma impressionante seleção de frutas exóticas e tradicionais.

Conceito de loja individual ganha cada vez mais importância

Perspectivas dentro do varejo

Ao retornar a uma nova situação de normalidade, a economia chinesa não deverá atingir um desenvolvimento excepcional, como nas últimas décadas, mas ainda assim apresentará um crescimento sustentável. Nessas circunstâncias, a expectativa é de um desaquecimento na expansão dos pontos de vendas de alimentos, tanto em função do aumento dos custos com aluguel e mão de obra quanto da queda de movimento nas lojas. Em vez de rápida expansão, as maiores empresas na China deverão aprimorar sua eficiência e focar em otimizar a rentabilidade por ponto de venda. Quando o ajuste estiver concluído e a economia chinesa se recuperar dessa tendência de desaceleração do crescimento, é mais provável que a expansão dos pontos de venda retome o vigor no crescimento, para penetrar mais nas cidades de mais baixo padrão e mesmo em áreas rurais mais ricas.

As projeções apontam que as lojas de conveniência devem ter o crescimento mais acelerado em valor de vendas no período projetado, a preços fixos de 2015, com o impulso adicional do aumento dos carros privados, viagens em fins de semana prolongados e a robusta expansão das redes de lojas de conveniência. O acordo assinado entre a Sinopec Easy Joy e o Grupo Ruentex levará a uma recuperação contínua das lojas Easy Joy em colaboração com RT Mart e C-store, em termos de gestão de lojas e compras de mercadorias, puxando o valor das vendas nas lojas de conveniência.

Os varejistas de alimentos em formatos menores deverão se expandir mais rapidamente que os de formatos maiores. À medida que os consumidores passam a valorizar mais a praticidade nas compras, é possível projetar que os minimercados tenham um crescimento médio anual em valor mais forte do que muitos outros canais do varejo de alimentos. Os operadores dos minimercados estão se expandindo de maneira a abranger quase universalmente as áreas densamente povoadas das grandes cidades, melhorando a oferta de produtos frescos, ampliando as áreas de serviços de alimentação e colocando à disposição nas lojas equipamentos para acessar *e-commerce*.

Os varejistas de alimentos tradicionais são um complemento essencial para os varejistas de alimentos modernos no mercado interno. Varejistas tradicionais são empresas de pequeno porte, de propriedade familiar, têm maior presença nas cidades de Tier II e III, e em áreas rurais em geral, contribuindo para o escoamento da produção local de frutas e alimentos processados por empresas regionais. Assim, a expectativa é de que os varejistas de alimentos tradicionais sobrevivam, apesar da forte competição com os varejistas modernos, mantendo no período projetado um crescimento médio anual, a preços fixos de 2015, semelhante ao que foi observado durante o período revisado.

Vendas online ganham espaço com a entrada de novas empresas

Internet está mudando o perfil do varejo de frutas

A *holding* Grupo Alibaba liderou isolada o varejo pela internet em termos globais em 2015, graças à sua ampla colaboração com marcas nacionais e internacionais. No caso das frutas, a Alibaba chegou a estabelecer acordos de parceria com os exportadores de frutas chilenos para promover e vender mirtilos e cerejas oriundos do país sul-americano.

Fundada em 2005, a Yiguo.com é a primeira plataforma de *e-commerce* de alimentos frescos da China. Após esforços de mais de dez anos, a cadeia logística resfriada da Yiguo abrange 27 províncias e 310 cidades. Seus produtos são provenientes de 23 países e 147 bases de produção no mundo. Como a principal plataforma de *e-commerce* de alimentos frescos da China, a Yiguo projetou um crescimento anual de suas receitas de cerca de 200% para a primeira metade de 2016 (em comparação ao mesmo período em 2015), com o valor médio das vendas para cada pedido atingindo a faixa entre RMB 150 e RMB 200.

FruitDay é uma das maiores plataformas de *e-commerce* de alimentos frescos na China. A empresa garante um prazo de entrega de menos de 72 horas do momento em que a fruta é colhida até a entrega ao consumidor final. Para que isso seja possível, sua bem estruturada cadeia de abastecimento desempenha um papel crucial. No caso específico das cerejas, primeiro a fruta é enviada para uma embaladora para pré-resfriamento e, em seguida, é entregue por via aérea à China. Durante a viagem, os frutos são mantidos a baixas temperaturas para garantir qualidade. Uma vez na China, a fruta é enviada diretamente para zonas de armazenamento frio (Xangai, Pequim, Hangzhou, Shenzhen e Chengdu) para ser enviada aos consumidores finais.

Nas cadeias de abastecimento tradicionais, as frutas são expostas por mais tempo à temperatura normal do ar, o que tem um impacto direto no seu frescor. Estima-se que, para a cereja entregue por meio de um esquema tradicional, a taxa de perda de frescor é estimada em 30%, enquanto que nas plataformas de *e-commerce* de alto padrão como a FruitDay a taxa de perda de frescor é reduzida para 5%. Fontes afirmam que, devido à alta eficiência das grandes cadeias de abastecimento das plataformas de *e-commerce*, os preços das frutas tendem a ser, em média, 20% mais baixos do que os encontrados no supermercado.

As plataformas de *e-commerce* de alimentos frescos da China estão em seus estágios iniciais, com margens de lucro atualmente abaixo de 10%. Relata-se que das 4 mil plataformas de *e-commerce* voltadas para alimentos frescos na China, apenas uma pequena porcentagem já obtém ganhos positivos.

Joint venture entre a China Resources e a Tesco cria grande empresa no varejo chinês

Panorama competitivo do varejo

A China Resources Enterprise consolidou sua liderança no varejo de alimentos em 2015, após estabelecer uma *joint-venture* com a Tesco Plc em maio de 2014, de modo a combinar as excelentes práticas, fontes internacionais e capacidade de operar em múltiplos canais da Tesco com o forte conhecimento local e reconhecimento de marca da China Resources Enterprise. Além de renovar os pontos de venda da marca Tesco, tais como CR Vanguard, no período revisado, a China Resources Enterprise também introduziu uma nova marca, a Tesco Express, em resposta à alta dos custos de aluguel e às mudanças no comportamento de compras dos consumidores nas cidades de alto padrão. As lojas Tesco Express estão localizadas principalmente em áreas densamente povoadas, oferecendo aos moradores mais produtos frescos e equipamentos de transação de *e-commerce* do que os minimercados comuns.

A Dalian Lawson apresentou o maior aumento no valor vendas em 2015, devido à sua rápida expansão na região de Dalian.

As fusões e aquisições entre empresas de varejo tornaram-se frequentes no período revisado. A Yonghui Superstores vai se tornar a segunda maior acionista da rede de supermercados de Xangai Lianhua Supermarket Holdings, adquirindo uma participação de 21%. Isso pode levar a uma situação vantajosa para todos. A Lianhua se beneficiará das técnicas avançadas e da experiência nas operações com produtos frescos da Yonghui. Enquanto isso, a Yonghui poderá fazer pleno uso da penetração da Lianhua no Leste da China para compensar os déficits em sua cobertura de negócios regionais.

A maioria dos varejistas de alimentos modernos posiciona-se como comércio de preços acessíveis, alinhados com o poder de compra dos consumidores locais. No entanto, com o aumento da renda disponível e as mudanças nos hábitos de compra, algumas empresas abriram pontos de venda de médio e alto padrão para atender consumidores de alto poder aquisitivo, como Ole' and blt da China Resources Enterprise, que vendem principalmente produtos alimentícios importados e orgânicos.

A expectativa é de que, durante o período projetado, os varejistas de alimentos mantenham um crescimento estável em termos de valor, a preços constantes de 2015, a uma taxa média anual de 1%. Porém, eles vêm perdendo participação devido à rápida expansão do varejo pela internet. A rápida adoção das compras online na China, em especial por celular, em combinação com a melhoria na logística, está proporcionando aos consumidores chineses a praticidade de encomendar mantimentos online para entrega em domicílio ou para a retirada em lojas.

China cobra IVA de 13% para Frutas Frescas e de 17% para os produtos de Frutas Processadas

- Para as Frutas Frescas exportadas para a China, as taxas incluem tarifas e IVA. As tarifas variam para diversas categorias de frutas, e as nações mais favorecidas pelos regimes tarifários pagam entre 10% e 30%.
- De acordo com a lei tributária da China, a tarifa de IVA aplicada aos produtos agrícolas primários, inclusive as Frutas Frescas e as Frutas Secas, é de 13%. Quanto aos produtos de Frutas Processadas, aplica-se IVA de 17%.
- As tarifas para as nações mais favorecidas por regimes aduaneiros especiais variam a depender da categoria: maçãs, cerejas e ameixas em 10%, limões e laranjas em 11%, uvas em 13%, mangas em 15%, kiwis em 20%, e mirtilos em 30%.
- Os principais países que gozam das tarifas para nações mais favorecidas são Chile, Costa Rica e Peru na América Latina, assim como diversos mercados asiáticos, como a Índia, Indonésia, Filipinas, Tailândia e Vietnã.
- Países que não pertencem ao grupo das nações mais favorecidas pagam tarifas que variam de 40% (por exemplo, bananas, cocos e tâmaras) a 100% (maçãs, peras, marmelos e laranjas).

Intervalo de IVA

13% a 17%

Em 2015, 22 categorias de frutas de Taiwan gozaram de tarifa zero. Para outros parceiros de livre comércio, como Chile, Peru e Costa Rica, as taxas vêm caindo ano após ano.

Cresce a demanda por mangas e mamões

Oportunidades

Alta demanda por frutas de alta qualidade fora da estação abrem oportunidades para produtores de frutas no hemisfério sul, inclusive o Brasil.

Oportunidade

MOTIVADORES

Fazer propaganda dos benefícios nutricionais das frutas é essencial para atrair os consumidores e varejistas chineses. O kiwi teve um bom crescimento em volume como resultado de propaganda afirmando que o kiwi tem dez vezes mais nutrientes que as maçãs.

Os consumidores chineses estão sedentos por novos sabores. Com a elevação das demandas dos consumidores chineses e das preocupações relacionadas com os produtos da agricultura nacional, os chineses estão mais propensos a experimentar frutas novas e exóticas, mesmo se os preços forem nível *premium*.

Barreiras

DESAFIOS

Logística e tempo de entrega são uma barreira importante para as frutas brasileiras, pois os concorrentes chilenos contam com a vantagem de ter acesso ao oceano Pacífico.

Em comparação com o Brasil, foi levantado que o tempo de transporte do Chile é 4 a 5 dias menor. Para o transporte aéreo do Chile, o tempo de entrega varia de 1,5 dia a 4 dias. Quanto ao transporte marítimo, o tempo estimado é de 25 dias.

Barreiras

As normas e regulamentos relacionados à importação de produtos frescos são mais rígidos.

Considera-se que o Brasil chegou atrasado no mercado de frutas chinês. Países como Austrália, Chile, Israel, Nova Zelândia, etc. já desenvolveram os protocolos para exportar frutas como limões e outros cítricos para a China.

Famílias e serviços de alimentação preferem limão siciliano importado devido à baixa qualidade dos produtos nacionais

Limões e limas

De acordo com os estudos do Departamento de Agricultura de Sichuan, o consumo total de limões e limas da China (somando varejo, serviços de alimentação, indústria e institucional) é estimado em torno de 570 mil toneladas por ano.

Cerca de 380 mil toneladas de limões são consumidas na forma de Frutas Frescas em casa e nos serviços de alimentação, além dos canais institucionais, geralmente como ingrediente em pratos, mas também em chás, especialmente na Região Sul do país. As mulheres jovens também usam limão cortado como máscara facial para fins estéticos. Cerca de 190 mil toneladas de limão siciliano são usadas na produção industrial como ingrediente para bebidas não alcoólicas, óleos essenciais, extrato de limão e produção de cosméticos.

Em 2015, a principal área produtora de limão foi Sichuan, localizada na Região Ocidental da China. Sozinha, a região contribui com mais de 82% da produção de limão da China, com capacidade de produção anual de algo em torno de 430 mil toneladas com o cultivo de pelo menos 28 mil hectares de pomares de limoeiros. A capacidade de refrigeração da região é de cerca de 20-25 mil toneladas e continua crescendo. Taiwan tem a segunda maior produção, correspondente a cerca de 20 a 23 mil toneladas por ano.

Segundo dados de 2013, há cerca de 600 produtores e distribuidores de limão siciliano registrados junto ao governo chinês. Cerca de 500 deles estão localizados em Sichuan. O pico da estação produtiva começa no final de setembro e se estende até meados de outubro. Abril é a baixa temporada para a produção local, época em que os preços do limão tendem a subir. Esta parte do ano abre as maiores oportunidades para as frutas importadas.

Em 2015, cerca de 15 mil toneladas de limão siciliano fresco foram importadas principalmente de Estados Unidos, Argentina, África do Sul e Turquia. Limões da África do Sul tem sua colheita iniciada em fevereiro e são exportados a partir do segundo trimestre do ano. Na Argentina, 95% da produção está localizada em Tucumán, onde a colheita dura entre quatro e cinco meses, iniciando-se em março. Já na Turquia, a colheita se inicia em setembro, enquanto a disponibilidade dos limões brasileiros é mais relevante entre dezembro e abril.

Em 2015, foram exportadas 20 mil toneladas das frutas produzidas em solo chinês, tendo como principais destinos os mercados da Rússia, Hong Kong e Emirados Árabes Unidos. Acontece que a maioria dos limões sicilianos produzidos na China pesa cerca de 65g, enquanto os importados preenchem os requisitos de alta qualidade e maior peso. O preço médio do varejo do limão na China em 2015 foi de 30 RMB/kg ou US\$ 4/kg.

Exportadores brasileiros de manga podem concentrar esforços durante segundo ciclo de colheita chinesa

Manga

O consumo de manga na China apresenta grande potencial, já que a produção local não é suficiente para atender a demanda interna. O consumo aparente de mangas na China foi estimado, em 2015, em 1,3 milhão de toneladas. Atualmente a produção está concentrada nas províncias de Hainan, Guangxi, Yunnan e Guangdong, com alguns dos principais cultivares sendo Tainoung, Jin-Hwang, Nang Klangwan, Zihua e Red Ivory. De acordo com fontes, os chineses do norte preferem frutos de maior tamanho, de cor vermelha ou rosada, enquanto os consumidores das regiões mais ao sul tem preferência por frutos de menor porte e de cor amarelada, como as frutas brasileiras.

A colheita local ocorre em três diferentes momentos, com os frutos de Hainan e Guangdong chegando ao mercado entre os meses de março e junho, enquanto os frutos de Sichuan e Fujian são de colheita tardia, sendo disponibilizados no varejo durante os meses de setembro e outubro. Frutos provenientes das províncias de Guangxi e Yunnan atendem o intervalo entre o primeiro e terceiro ciclo, com disponibilidade entre julho e agosto. Especialmente na província de Hainan, o plantio ocorre nos meses de inverno, com a colheita ocorrendo antes de março. De qualquer forma, a produção em Hainan responde, em média, por menos de 3% do volume total produzido.

Considerando que os frutos locais estão disponíveis entre março e outubro, há maior oportunidade para frutos importados entre novembro e fevereiro. Nos anos de 2014 e 2015, as importações de frutos vindos da Tailândia, Austrália e Malásia, contribuíram com 92% do valor total importado. Importações desses três países tendem a concentrar-se entre os meses de dezembro e fevereiro, quando a oferta das mangas chinesas é baixa ou inexistente.

O grande volume produzido localmente, bem como a proximidade de parceiros usuais (Tailândia) no comércio de manga, trazem desafios extras para a exportação brasileira ao mercado chinês. Há oportunidade durante a janela do segundo ciclo de frutas chinesas, que é atendido pela produção de Guangxi e Yunnan entre os meses de julho e agosto. A produção dessas províncias, devido a sua proximidade, tende a concentrar-se nas vendas para o mercado consumidor de Cantão, com amplas oportunidades disponíveis para mangas importadas em áreas de grande concentração populacional como Pequim e Xangai.

Melão brasileiro deve entrar no mercado chinês em 2017

Melão

O consumo aparente de melão na China é estimado em 16,3 milhões de toneladas. Grande parte do melão consumido na China é da espécie *Cucumis Melo*, conhecida no Brasil como melão cantaloupe. Variedades do cantaloupe como Honey Dew (conhecido na China como Bailan) e Hami estão entre as cultivares mais comuns em território chinês. As primeiras colheitas dos melões cantaloupe iniciam-se ao final de novembro.

Os Melões Canário, como os produzidos no Brasil, também são encontrados na China. O melão Elizabeth é uma das cultivares mais comuns dessa espécie e tem sua temporada entre os meses de abril e setembro, com os consumidores das regiões ao norte do país preferindo seu gosto mais doce.

Pouco mais de 50% da produção local de melões concentra-se na China Oriental e na Região Centro-Sul, com destaque para as províncias de Shandong e Henan. Hainan (Região Centro-Sul) é a única província onde se plantam melões durante os meses de inverno (dezembro até março), porém o volume produzido ali é pequeno, representando apenas 2,5% de toda a produção local em 2014, com um total de 0,5 milhões de toneladas.

Considerando que a temporada brasileira de melão concentra-se entre os meses de agosto e maio e que a oferta de melões canários chineses no varejo local tende a diminuir em outubro, a maior janela de oportunidade para os frutos brasileiros ocorre entre outubro e dezembro, quando as primeiras colheitas dos cantaloupes chineses se iniciam.

De acordo com análises da Produce Report, autoridades chinesas já visitaram grandes propriedades produtoras de melão no Brasil para a identificação de questões relacionadas à segurança do alimento como presença de doenças e pragas que possam inviabilizar o acesso ao mercado local. É esperado que em 2017 o melão brasileiro tenha acesso permitido ao mercado chinês.

Suprimento interno de melões e melancias historicamente tem sido suficiente para atender a demanda local

Melancia

Estima-se que o consumo aparente de melancias na China seja de 77 milhões de toneladas, volume que é quase totalmente suprido pela produção nacional. Uma parcela de 70% desta produção concentra-se na China Oriental e na Região Centro-Sul, onde residem mais de 50% da população chinesa.

Como mencionado anteriormente, as importações chinesas de melancias são mínimas (200 mil toneladas em 2015) em comparação com os volumes consumidos no país, e estão concentradas de outubro a abril, com o objetivo de preencher a escassez da produção doméstica, cuja safra começa no início de maio. Os principais países exportadores de melancias para a China são membros da ASEAN como Myanmar, Laos, Tailândia e Vietnã. As melancias de Myanmar representam mais de 80% do mercado de melancias fora de época na China.

Em geral, as melancias das províncias de Hainan (Região Centro-Sul) e Yunan (Região Sudoeste) são as primeiras a chegar ao mercado chinês. Elas são seguidas, em meados de maio, por melancias de Shandong (China Oriental). No começo do verão chinês, o mercado é abastecido pelas melancias das regiões produtoras do Nordeste, o que geralmente dura até outubro. Depois de outubro, as melancias fora de época de Shandong e as melancias sem sementes de Guangxi ganham espaço e ficam disponíveis até novembro. A partir de dezembro, as melancias importadas do Camboja, Laos e outros países do Sudeste Asiático tornam-se mais presentes.

Embora existam oportunidades para os exportadores brasileiros, fontes acreditam que as janelas de oportunidade estariam mais relacionadas a algum incidente súbito com as safras locais relacionado às condições climáticas ou a uma falha no fornecimento dos membros da ASEAN no período do final do ano.

Frutas cítricas em conserva podem aproveitar oportunidades na região Norte

Frutas em Conserva

A China é um importante produtor de frutas cítricas em conserva, mas o consumo interno não é bem desenvolvido. Da produção local, 70% estão voltados às exportações. Nos últimos anos, as empresas chinesas estão mais atentas ao mercado interno, com expectativa de uma expansão gradual das vendas. Hoje em dia, estima-se que a produção local é capaz de suprir 45% da demanda total do mercado chinês por frutas cítricas em conserva.

As matérias-primas são oriundas, principalmente, de Hunan, Hubei, Jiangxi, Fujian e Zhejiang. No entanto, as cinco principais regiões produtoras enfrentaram desafios ao longo de 2016. Em Hunan e Hubei, as matérias-primas tiveram uma boa safra, mas houve problemas de qualidade. Em Jiangxi, observou-se em alguns locais uma queda de 40% a 50% na produção. Em Fujian, em função dos baixos preços pagos aos produtores, as áreas cultivadas vêm reduzindo.

O mercado de frutas cítricas em conserva na China aguarda por ser mais explorado. Primeiramente, os consumidores chineses preferem Frutas Frescas aos alimentos enlatados. Em segundo lugar, a influência da marca é um fator proeminente no comportamento dos consumidores jovens, mas a maioria dos fabricantes nacionais não tem uma alta consciência de marca e carecem das competências necessárias para lançar boas campanhas de marketing, capazes de mudar a percepção do consumidor chinês.

No que se refere às vantagens do Brasil na subcategoria das frutas cítricas em conserva, a escala de produção e de processamento é decisiva. Em primeiro lugar, a China, o Brasil e os EUA são os três maiores produtores de frutas cítricas, mas a produção brasileira tornou-se mais importante no contexto global, uma vez que a produção da Flórida recuou nos últimos anos.

As empresas exportadoras brasileiras têm oportunidades potenciais no mercado chinês, especialmente no que diz respeito à Região Norte do país, onde as distâncias e a infraestrutura logística menos desenvolvida dificultam a entrega de produtos frescos. O baixo consumo *per capita* de frutas cítricas em conserva também abre espaço para o crescimento futuro, pois poucos fabricantes nacionais produzem esta variedade de frutas em conserva. O panorama da concorrência no mercado chinês é relativamente aberto. Os exportadores brasileiros fornecem frutas de alta qualidade e podem destacar-se da concorrência se oferecerem preços razoáveis.

Nas parcerias com empresas chinesas sediadas na Região Norte do país, onde a produção de Frutas em Conserva é maior, pode estar uma oportunidade para as empresas brasileiras que tentam ganhar espaço nessa subcategoria. A Dalian Zhenxin Canned Food Co. Ltd, segunda maior empresa em vendas de Frutas em Conserva, está sediada na província do norte de Lianoning, e goza de forte conhecimento de marca na região.

Outra oportunidade pode estar na tradição chinesa de oferecer presentes. Esta tradição tem lugar sobretudo em datas festivas como o Ano Novo Chinês (no início de fevereiro), e o Festival de Outono (em meados de setembro). As Frutas Frescas geralmente são oferecidas em visitas a parentes e amigos como um presente que simboliza saúde e felicidade. A pouca durabilidade das Frutas Frescas é um ponto que poderia ser resolvido com as Frutas em Conserva. Uma embalagem de presente das frutas em conserva poderiam ser a solução. Os chineses preferem os recipientes de vidro que permitem ver o conteúdo em vez das latas de metal.



NORMAS E REGULACOES

Expectativa é de que os órgãos reguladores da China aumentem as barreiras de segurança alimentar no curto prazo

A Administração Geral para a Supervisão da Qualidade, Inspeção e Quarentenas da República Popular da China (AQSIQ) é o órgão oficial responsável pelo controle da entrada de produtos importados no território chinês e supervisiona outras agências reguladoras do país.

Nos últimos anos, o governo chinês se tornou mais ativo na avaliação e verificação de amostras de alimentos importados em relação aos diferentes carregamentos que chegam ao país. O caso recente de remessas oriundas das Filipinas, em que cargas inteiras de frutas tiveram entrada negada porque foram encontradas quantidades elevadas de fungicida nas amostras (especialmente o Carbendazim, cujo teor máximo de resíduos permitido é de 0,1 mg/kg), ilustra quais podem ser as consequências da nova postura das autoridades chinesas. Se esta ação afetou diretamente o volume comercial de um importante parceiro regional no comércio de frutas, como as Filipinas, outros parceiros comerciais globais estão preocupados com outros desdobramentos que isso pode acarretar.

Até outubro de 2017, espera-se que a China aumente os requisitos de importação de alimentos quanto à emissão de certificados de saúde, mesmo para produtos considerados de baixo risco. Os principais parceiros comerciais, como a União Europeia e os Estados Unidos, estão preocupados com as consequências dessas novas políticas, uma vez que os custos logísticos terão um impacto direto sobre os fabricantes de produtos alimentícios que atuam no país.

AQSIQ tem papel de liderança na implementação de regulamentos e políticas definidos pela CFDA

1

Administração Geral para a Supervisão da Qualidade, Inspeção e Quarentenas da República Popular da China (AQSIQ)

- A AQSIQ é uma organização administrativa ministerial que responde diretamente ao Conselho de Estado da República Popular da China.
- A AQSIQ implementa e aplica os regulamentos, normas e políticas estabelecidas pelo CFDA. Com base nas normas, a AQSIQ aprova e publica listas de frutas frescas autorizadas e seus países/regiões de origem.

2

Departamento de Alimentos e Drogas da China (CFDA)

- O CFDA é a instituição que elabora leis, regulamentos, normas e políticas para alimentos importados. É responsável pela formulação das principais leis e regulamentos sobre segurança alimentar, além da supervisão geral de todas as atividades comerciais relacionadas com alimentos, por exemplo: licenças para distribuição de alimentos e inspeção de amostras de alimentos importados nos mercados chineses.
- O CFDA estabeleceu o objetivo de completar o sistema de rastreabilidade de fabricantes e operadores de alimentos e drogas em outubro de 2016.
- O órgão trabalha com a AQSIQ em incidentes relacionados à segurança de alimentos nacionais e importados, por exemplo: alerta rápido, gestão de riscos e identificação da parte responsável.

3

Escritórios de Inspeção de Entrada/Saída e Quarentena (CIQ)

- Submetidos à AQSIQ, os Escritórios de Inspeção de Entrada/Saída e Quarentena (CIQ) têm a função de inspecionar entrada/saída e a quarentena nas 31 províncias da China, com cerca de 300 agência e mais de 200 escritórios locais em todo o país.
- Trabalha com o CFDA em alerta rápido e gestão de riscos.
- Os CIQs têm autoridade para rejeitar ou aprovar, no ponto/porto de entrada, o alimento importado, com base nas normas estabelecidas pelo CFDA e nos requisitos da AQSIQ. As embalagens dos alimentos importados devem apresentar (em chinês) quantidade, peso, embalagem, etiqueta, qualidade, especificação etc.

Leis sobre Quarentena para Animais e Vegetais são algumas das principais normas em vigor atualmente

Principais leis e regulamentos

- Lei da República Popular da China sobre a Quarentena de Entrada e Saída de Animais e Plantas:
 - Visa a prevenir que doenças infecciosas ou parasitárias de animais, infestações por insetos e sementes de plantas perigosas e outros organismos nocivos se espalhem para dentro ou para fora do país.
- Regulamento sobre a Implementação da Lei sobre Quarentena de Entrada e Saída de Animais e Plantas.
- Lei de Saúde Alimentar da República Popular da China:
 - Conduz monitoramento de riscos de segurança alimentar.
 - Padrões de segurança alimentar.
 - Estabelece regras e processos de controle relacionados à produção e distribuição de alimentos.

Principais aspectos aos quais os exportadores brasileiros devem prestar atenção

- A Medida de Inspeção, Quarentena e Supervisão de Frutas Importadas da AQSIQ se aplica a Frutas Frescas e outros produtos frescos importados para o mercado chinês.
- O proprietário ou seu/sua agente deve solicitar ao escritório do CIQ no porto de entrada pela inspeção de quarentena de seus produtos, antes ou no ato da entrada. Com base em documentos como os certificados de quarentena ou o certificado fitossanitário expedido pelo país ou região exportador e os contratos de comércio.
- Produtos importados e outros objetos de quarentena devem ser submetidos à quarentena no porto de entrada; sem aprovação do escritório do CIQ no porto, o produto não deve ser descarregado do meio de transporte.
- No processo de inspeção de quarentena, o escritório do CIQ deve emitir a Notícia de Tratamento de Quarentena notificando o proprietário ou seu/sua agente para realizar tratamentos como desinfecção e desinfestação, retorno ou destruição. Apenas aqueles que passam pela inspeção de quarentena após passar por tratamento de desinfecção e desinfestação têm permissão para entrar no país.
- De acordo com a Classificação de Facilidade em Fazer Negócios do Banco Mundial, a China ocupa o 78º lugar entre os 189 países, e a 5ª em termos de execução de contratos. O tempo e o custo médios para resolver uma disputa comercial pelos tribunais é estimado em 406 dias, com um custo de reivindicação de 15,1%.



INFORMAÇÕES ADICIONAIS SOBRE A CHINA

Crianças, pré-adolescentes e adolescentes indicam declínio da população

Bebês e crianças pequenas (0-3 anos de idade)

Em 2000, havia pouco mais de 40 milhões de bebês e crianças pequenas na China, número que se manteve relativamente estável desde então. Em 2014, esse número chegou a quase 42 milhões e, em 2020, deverá recuar para 41,7 milhões, já que as taxas de natalidade continuam a cair, apesar de o governo ter relaxado a sua Política do Filho Único. A mudança de atitude dos jovens pais e os custos do ensino superior são responsáveis no país pela preferência por menos filhos.

Crianças (3-8 anos de idade)

O número de crianças chinesas chegou a 103 milhões em 2000 e diminuiu para 82,5 milhões em 2014, no entanto, calcula-se que aumentará para 84 milhões até 2020. As taxas de natalidade têm diminuído desde o final dos anos 1970, quando a Política do Filho Único foi implementada, mas recentemente tem havido mais pressão econômica e financeira para convencer muitas famílias a desistir de ter um segundo filho ou, em alguns casos, a renunciar completamente a ter filhos.

Pré-adolescentes (9-12 anos de idade)

O número de pré-adolescentes diminuiu significativamente. Em 2000 havia mais de 100 milhões de pré-adolescentes, mas em 2014 esse número havia baixado para 57 milhões. Até 2020, esse total deverá cair ainda mais e chegar a 52 milhões. A queda nas taxas de natalidade está entre as razões significativas para a dramática diminuição.

Adolescentes (13-17 anos de idade)

O número de adolescentes tem diminuído constantemente e calcula-se que continuará assim. Em 2014 havia 76 milhões de adolescentes na China e a projeção é de que o número baixe para 72 milhões até 2020. Esse declínio futuro pode ser atribuído, em parte, à influência persistente da Política do Filho Único e à pressão financeira sentida por muitas famílias para decidir entre ter ou não ter filhos.

Número de idosos continua a crescer**Adultos jovens (18-29 anos de idade)**

Os adultos jovens estão amadurecendo num período de grandes mudanças sociais. Seu número relativamente baixo é o resultado do experimento social inovador conhecido como a Política do Filho Único; de fato, o número de adultos jovens na China diminuiu de 240,7 milhões em 2000 para 225,1 milhões em 2014. A queda deverá continuar até 2020, quando se prevê que haverá apenas 187 milhões de adultos jovens.

Muitos adultos jovens vivem sozinhos ou com colegas de quarto antes de casarem. Isto se deve, em grande parte, ao fluxo de migrantes de partes menos povoadas do país para as cidades grandes como Xangai e Pequim, e se reflete na rápida taxa de crescimento de lares de uma só pessoa. Viver sozinho é uma configuração que tem influenciado os hábitos de consumo dos adultos jovens, com destaque para o grande número de pessoas que fazem suas refeições sozinhas, seja em restaurantes ou em casa.

Adultos (30-44 anos de idade)

O número de adultos tem diminuído constantemente desde 2000, quando esta faixa etária reunia 320 milhões de pessoas. Até 2014, esse número havia caído para 302 milhões e deve chegar a 284 milhões em 2020. Muitos membros deste grupo nasceram na época que a Política do Filho Único foi implementada, em 1980. Por sua vez, muitos casais nesta faixa etária agora provavelmente têm um único filho e vivem em casa com um ou dois pais. O aumento da população em Pequim, Xangai, Cantão e outras grandes cidades nos últimos 15 anos deve-se, em parte, ao fato de que os adultos hoje se mudam para centros urbanos com uma intensidade muito maior do que seus pais.

Meia-idade (45-59 anos de idade)

Em 2000, havia 203 milhões de pessoas de meia-idade e esse número saltou para 329 milhões em 2014. Nos próximos anos, calcula-se que o número de pessoas de meia-idade continuará em crescimento e chegará a 362 milhões em 2020. Esses chineses chegaram à maturidade durante uma das mudanças econômicas mais dramáticas da história moderna. Eles vivem mais tempo e certamente muito melhor do que as gerações anteriores. Essa faixa etária é também a última a crescer em famílias grandes, já que eles amadureceram antes da imposição da Política do Filho Único. Portanto, muitas vezes desfrutaram da companhia de vários irmãos e irmãs. Eles também estão cada vez mais se tornando avós e, por isso, enquanto seus próprios filhos crescidos estão no trabalho, eles serão encarregados de cuidar da nova geração.

Idosos (60+ anos de idade)

Uma das maiores mudanças demográficas na China tem sido o aumento considerável no número de idosos. Em 2000, havia 136 milhões de idosos, mas em 2014 esse número tinha subido para quase 245 milhões e a previsão é de que cresça até 306 milhões em 2020. A atual idade de aposentadoria é de 60 anos para os homens e 50 ou 55 para as mulheres. Muitos idosos têm a preocupação de que o sistema de aposentadorias atual do Estado não seja suficiente. Além disso, no passado as grandes famílias eram capazes de cuidar de pais e avós idosos, mas atualmente surge a questão de que há menos filhos para cuidar de um número crescente de aposentados.

Desaceleração da economia deve normalizar o crescimento da China

Estima-se que a economia desacelerará em 2016, com o PIB real estimado em 6,4%, abaixo dos 6,9% de 2015. O consumo privado continua sendo um impulsionador importante. Um rápido aumento do investimento entre as empresas patrocinadas pelo Estado compensa parcialmente uma desaceleração do investimento privado. O setor imobiliário crescente também ajuda a compensar uma queda em outras áreas, como as exportações. A dívida corporativa é alta e sobe rapidamente. A economia cresceu a uma taxa anual de 6,7% no segundo trimestre.

Estima-se que os preços tenham subido 2,2% em 2016. As taxas de juros foram cortadas, mas a moeda continua sob forte pressão, devido a grandes saídas de capital e preocupações em relação à saúde da economia. As saídas de divisas caíram a seu nível mais baixo desde 2012.

A propriedade imobiliária foi insignificante em 2000, mas subiu para mais de 80% hoje, estimulada pelo aumento da renda e pela rápida expansão do crédito. Em 2016, até março, os preços dos imóveis nas principais cidades chegaram a subir até 60%, mas nas cidades menores os preços estão caindo. Ao mesmo tempo, Pequim tem os aluguéis mais inacessíveis do mundo: no momento, os preços médios do aluguel na cidade são mais de 1,2 vez o salário médio.

Pequim apresentou progressos mais sólidos em sua tentativa de reequilibrar a economia para o consumo interno. O valor real do consumo final privado aumentou 8,1% em 2015. Em 2016, espera-se um crescimento de 7,2%.

O desemprego em 2015 foi de 3,3% e deve subir para 3,6% em 2016. Os esforços das empresas para manter seus trabalhadores tem se tornado cada vez mais complexos, à medida que mudanças demográficas, como a Política do Filho Único e a desaceleração da migração rural para as áreas urbanas, tornam o recrutamento de pessoal difícil. A China abandonou a Política do Filho Único em 2015.

Disparidade de renda entre população urbana e rural ainda é grande, mas tem diminuído

A taxa de poupança da China foi de 40,0% da renda disponível em 2015. A taxa poupança da China é mais de uma vez e meia a média regional.

Em 2015, as despesas de consumo *per capita* chegaram a RMB 718.714 (US\$ 3.005). Este indicador cresceu 6,6% em 2016. O envelhecimento da população da China com bens de saúde e serviços médicos. As despesas com bens e serviços domésticos urbanização em curso e pela mobilidade na sociedade.

Para 2016, foi estimado que as despesas totais de consumo cresceram 7,2% em 2030, é estimado um crescimento dessas despesas a uma taxa média anual de 5,5% um valor acumulado de 124% durante esses anos. Estima-se que as despesas totais 38,1% do PIB em 2016. A taxa tem subido gradualmente nos últimos anos, mas está

A renda disponível *per capita* totalizou RMB 31.513 (US\$ 5.060) em 2015. Em 2016,

Durante o período de 2015-2030, a renda disponível total aumentará num valor crescendo a uma taxa média anual de 5,4%.

A renda dos lares urbanos é, em média, várias vezes superior à dos lares rurais, mas anos.

Economia da China vai continuar a desacelerar no médio prazo

A taxas de crescimento do PIB real chinês deverão cair para menos de 6,0% ao ano em 2020.

O desafio imediato de Pequim é negociar a transição de uma economia voltada para o investimento e a exportação para uma economia puxada pela demanda dos consumidores. O motor para a maior parte desse consumo adicional é a emergente classe média chinesa, que deve ultrapassar os 600 milhões nos primeiros anos da próxima década. No entanto, Pequim também precisa aumentar a produtividade se quiser garantir que sua economia manufatureira de baixos salários dê o salto para uma economia baseada na invenção e na tecnologia. Isso significa que os formuladores de políticas devem andar na corda bamba entre sua nova estratégia dirigida pelo consumo e o modelo do passado conduzido pelos investimentos e exportações. Se as duas versões ficarem cada vez mais entrelaçadas, a China, em última instância, pagará um preço alto por perpetuar uma má alocação de recursos extremamente onerosa.

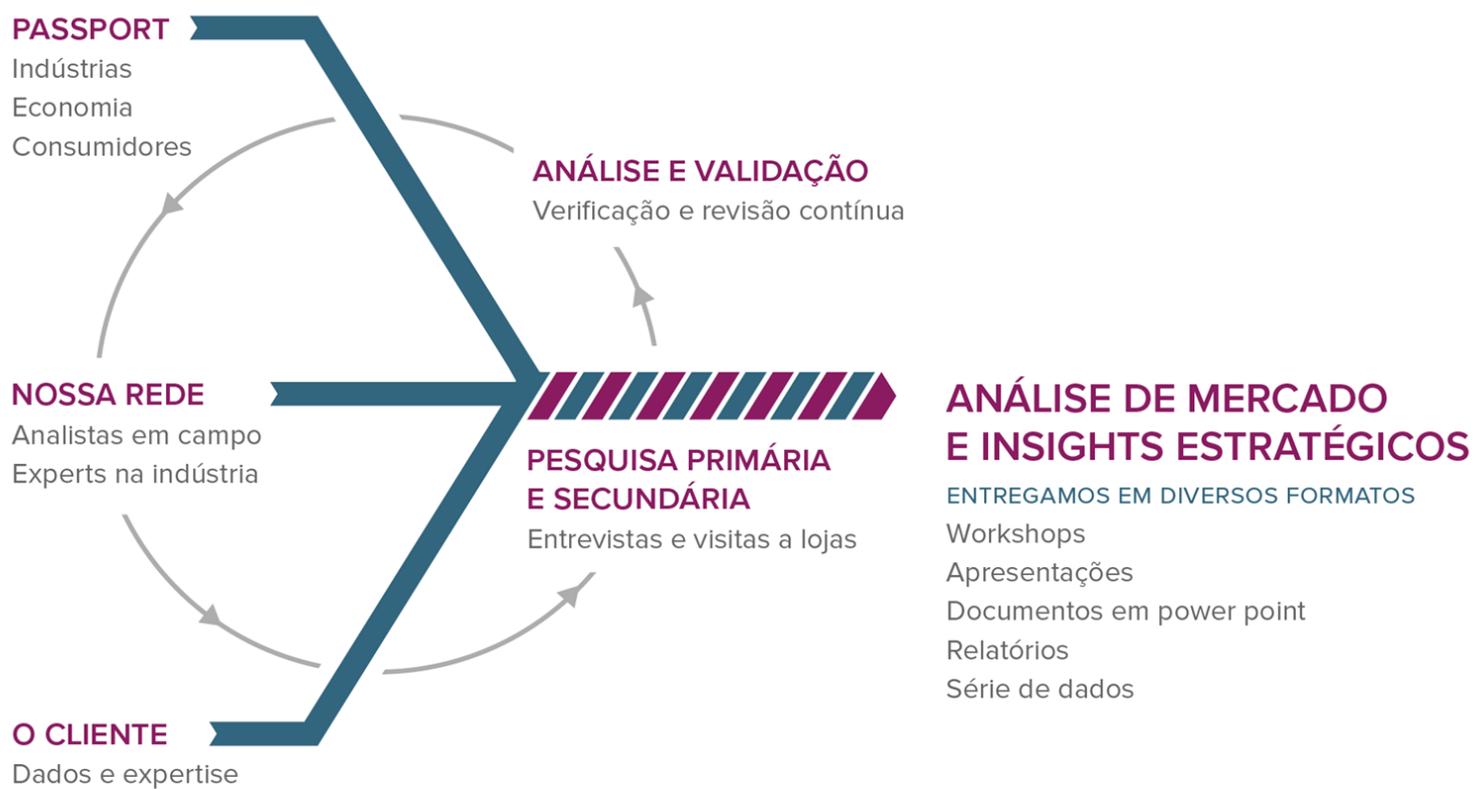
A longo prazo, a ameaça mais grave é a grande dependência do país da criação de crédito. O crédito total na economia é de quase 260% do PIB e poderá superar 300% já em 2020. O acúmulo da dívida deve acabar em algum momento, e quando isso acontecer terá um impacto significativo na economia global.

Com 80% da população em idade produtiva já empregada, o espaço é limitado para ganhos no emprego que possam dar uma contribuição significativa para o crescimento. As restrições de mão de obra, aliás, podem até piorar a longo prazo: de acordo com o Banco Mundial, a população em idade produtiva da China cairá mais de 10% até 2040, apesar do recente relaxamento da sua Política do Filho Único. Isso significa que grande parte de qualquer aumento futuro na produção chinesa terá que vir de maior produtividade – um processo que é lento e árduo. Apesar de a China ter tido um crescimento de produtividade, resultado de investimentos maciços, isso será difícil de manter à medida que o aumento do padrão de vida impulsionar a demanda interna de bens de consumo.

Empresa	Cidade	Província	Região	Principais Produtos	Website
Beijing Floruit Technology Co. Ltd.	Beijing	Beijing	Região Norte	Frutas em geral	http://www.floruit.cn/
Berda Fruit Co., Ltd.	Guangzhou	Guangdong	Região Centro-Sul	Ameixas, laranjas, uvas sem semente, etc	http://www.berdafruit.com/en/h-index.html
Dalian Tianbao Green Foods Co. Ltd.	Dalian	Liaoning	Região Nordeste	Bananas, cerejas, maçãs, uvas, etc	http://www.cn-tianbao.com/
Dalian Yidu Group Co., Ltd.	Dalian	Liaoning	Região Nordeste	Frutas em geral	http://www.yidu.com.cn/en/
Dalice Qingdao Trading Company Ltd	Qingdao	Shandong	China Oriental	Maçãs, uvas, etc	http://www.dalice.cn/
Gold Anda Agricultural Technology Development Co.,Ltd.	Shenzhen	Guangdong	Região Centro-Sul	Laranjas, maçãs, melões, peras, uvas, etc	http://www.goldanda.com/
Goodfarmer Foods (Shanghai) Co., Ltd	Shanghai	Shanghai	China Oriental	Bananas, maçãs, etc	http://www.goodfarmer.com/index.html
Haiyang Chiang Mai Thai Agri-Products Co. Ltd.	Shandong	Shandong	China Oriental	Maçãs, peras, etc	http://www.hyjct.co/
Jiangxi Yang's Fruits Co., Ltd.	Guangzhou	Guangdong	Região Centro-Sul	Laranjas, tangerinas, lichias, etc	http://www.yang-s.com/
Shanghai Fu Rui Network Co., Ltd.	Shanghai	Shanghai	China Oriental	Frutas em geral	http://www.fruitacloud.com/
Shanghai Hao Yuan Food Co., Ltd.	Shanghai	Shanghai	China Oriental	Frutas em geral	n/a
Shanghai Nongfu Fruit Co., Ltd.	Shanghai	Shanghai	China Oriental	Frutas em geral	n/a
Shanghai Wonong Imp. & Exp. Co., Ltd.	Shanghai	Shanghai	China Oriental	Frutas em geral	n/a
Shanghai Yuhua Fruits Co., Ltd.	Shanghai	Shanghai	China Oriental	Frutas cítricas, cerejas e uvas	http://www.yuhuafruits.com/
Shenyang Qupai Trading Co. Ltd.	Shenyang	Liaoning	Região Nordeste	Cítricos, abacaxis, uvas, maçãs, ameixas, nectarinas, entre outras	n/a
Shenzhen Yuanxing Fruit Company	Shenzhen	Guangdong	Região Centro-Sul	Maçãs, peras, laranjas, uvas, etc	http://www.yuanxing-fruit.com/
Zhxing Runfeng Food Co., Ltd	Guangzhou	Guangdong	Região Centro-Sul	Laranjas e nectarinas	http://zhxing.net/

METODOLOGIA E DEFINIÇÕES

Termo	Definição
Frutas Frescas	Este é o agregado de maçãs, bananas, cerejas, arandos & mirtilos, toranja & pomelo, uvas, kiwi, limões tipo siciliano & taiti, laranjas, tangerinas & mexericas, pêssegos & nectarinas, peras & marmelos, ameixas & ameixas tipo mirabelle, abacaxis, morangos e outras frutas frescas, vendidas tanto embaladas como não-embaladas.
Frutas em Conserva	Frutas em conserva e cozidas (inclusive compotas), tipicamente vendidas em latas, potes de vidros, canecas plásticas ou embalagem cartonada longa-vida. Entre os tipos de produto estão: mix de frutas, toranja, abacaxi, pera, damasco, pêssego, cereja, maçã, salada de frutas, ameixa, lichia, rambutão, etc.
Frutas Secas	Fruta seca ou preservada e geralmente vendida em saquinhos. Estão incluídas frutas secas como uvas passas, ameixas, peras, damascos, cerejas, etc. Alguns produtos também podem ser revestidos (por exemplo, com iogurte), mas produtos cobertos de chocolate, como uvas passas cobertas de chocolate, fazem parte da categoria de confeitos de chocolate.
Fruta Congelada	Inclui todos os tipos de frutas congeladas embaladas, como os morangos, amoras e mangas fatiados, que são processados antes de serem embalados. O processamento inclui descascamento/descamação e corte, de modo a tornar o produto pronto para o consumo ou para o acréscimo de outros ingredientes.



Fonte	Website
1688.Com	http://www.1688.com
Administration of Inspection, Quarantine, and Supervision on the Fruit Entering China	http://dzwjyjs.aqsiq.gov.cn/zwjy/jzwbjy/200610/t20061028_17474.htm
Berda Fruit Guangzhou	https://www.agroactual.ru
Bohai Commodities Exchange	http://www.boce.cn
Business Mirror	http://www.businessmirror.com.ph
China Chamber of Commerce of Foodstuffs and Native Produce	http://comtrade.un.org
China Food and Drug Administration function	http://eng.sfda.gov.cn/WS03/CL0756/
China Fruit and Logistic Association	http://www.asiafruitlogistica.com/
China Fruit and Vegetable Fair	http://www.chinafvf.com
China Fruit Portal	https://www.chinafruitportal.com
Comtrade	http://comtrade.un.org
Food Safety Law of the People's Republic of China	http://www.npc.gov.cn/npc/zfjc/zfjcelys/2015-04/25/content_1992458.htm
Fresh Plaza	http://www.gks.ru
Fresh Produce Forum	http://www.nalog.ru
Fruit Net	http://www.fruitnet.com
General Administration of Customs of the People's Republic of China	https://english.customs.gov.cn/
Guangxi Zaofu Trading Ltd.	
Guangzhou Tianping Jialian Fruit	

Fonte	Website
Guangzhou Yeguo Trading	https://www.yequotw.com
Guangzhuo Guowangmei Trading	
Ministry of Agriculture of the People's Republic of China	http://english.agri.gov.cn/
Reuters	http://www.reuters.com
Sanxi Fruit Industry Departments	
Shanghai Agriculture Association	http://www.shanghai.gov.cn
Shanghai Chamber of Commerce for Imports and Exports	
Shanghai Fruit Association	
Shanghai JengJia Import Fruit Distributor	
Shanghai Xiyi Trading	
Shanghai Yuanqi International Logistic	
Shenzhen Fruit Association	
Tenwow Corporation	http://www.tenwow.com.hk
World Bank	http://www.worldbank.org/
World Economic Forum	http://www.weforum.org
World Trade Organization	https://www.wto.org

Fonte	Website
Xiamen Guocheng Trading	http://www.oecd-ilibrary.org
Yueshishang (Beijing) Food Ltd	http://www.rbc.ru
Yugio	

SOBRE A APEX-BRASIL



A Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil) atua para promover os produtos e serviços brasileiros no exterior e atrair investimentos estrangeiros para setores estratégicos da economia brasileira.

A Agência realiza ações diversificadas de promoção comercial que visam promover as exportações e valorizar os produtos e serviços brasileiros no exterior, como missões prospectivas e comerciais, rodadas de negócios, apoio à participação de empresas brasileiras em grandes feiras internacionais, visitas de compradores estrangeiros e formadores de opinião para conhecer a estrutura produtiva brasileira entre outras plataformas de negócios que também têm por objetivo fortalecer a marca Brasil.

A Apex-Brasil coordena também os esforços de atração de investimentos estrangeiros diretos (IED) para o Brasil com foco em setores estratégicos para o desenvolvimento da competitividade das empresas brasileiras e do país.

 <http://www.apexbrasil.com.br/>

SOBRE A EUROMONITOR



A Euromonitor International é uma das principais empresas de inteligência de negócios e análise estratégica sobre o mercado de bens de consumo e serviços no mundo. A empresa conta mais de 40 anos de experiência no levantamento de dados e publicação de relatórios detalhados sobre o mercado em âmbito internacional.

Além dos serviços especializados de consultoria, a Euromonitor pesquisa sistematicamente e anualmente 29 indústrias de consumo massivo e serviços, 80 setores industriais em 100 países e setores de recursos naturais em 210 países.

A companhia tem sede em Londres, com escritórios regionais em Chicago, São Paulo, Cingapura, Xangai, Vilnius, Santiago, Dubai, Cidade do Cabo, Tóquio, Sydney e Bangalore, e possui uma rede de mais de 800 analistas em todo o mundo. Acompanhe nossas análises mais recentes em blog.euromonitor.com.



<http://www.euromonitor.com/>

A large, abstract graphic composed of numerous thin, parallel teal lines that create a sense of depth and movement, extending from the bottom right towards the top right of the page.